

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN
PRESENTASI DIRI PADA PENGGUNA *INSTAGRAM***

SKRIPSI



Oleh:

Putri Handayani

201310230311081

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2017

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN
PRESENTASI DIRI PADA PENGGUNA *INSTAGRAM***

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Malang
sebagai salah satu persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi**



Oleh:

Putri Handayani

201310230311081

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2017

LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul Skripsi : Hubungan antara Harga Diri dengan Presentasi Diri pada Pengguna *Instagram*
2. Nama Peneliti : Putri Handayani
3. NIM : 201310230311081
4. Fakultas : Psikologi
5. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang
6. Waktu Penelitian : 19 – 25 Maret 2017

Skripsi ini telah diuji oleh dewan penguji pada tanggal 21 April 2017

Dewan Penguji

Ketua Penguji : Hudaniah, M.Si

Anggota Penguji : 1. Uun Zulfiana, M.Psi
2. Ni'Matuzahroh, S.Psi., M.Si
3. Tri Muji Ingarianti, S.Psi., M.Psi

Pembimbing I

Pembimbing II

Hudaniah, M.Si

Uun Zulfiana, M.Psi

Anggota I

Anggota II

Ni'Matuzahroh, S.Psi, M.Si

Tri Muji Ingarianti, S.Psi.,M.Psi

Malang, 21 April 2017

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang

Dr. Iswinarti, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Handayani
Nim : 201310230311081
Fakultas/ Jurusan : Psikologi
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan bahwa skripsi/ karya ilmiah yang berjudul :
Hubungan antara Harga Diri dengan Presentasi Diri pada Pengguna *Instagram*

1. Adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang digunakan dalam naskah ini dan telah disebutkan sumbernya.
2. Hasil tulisan karya ilmiah/skripsi dari penelitian yang saya lakukan merupakan Hak bebas Royalti non eksklusif, apabila digunakan sebagai sumber pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan undang- undang yang berlaku.

Malang, 21 April 2017

Mengetahui

Ketua Program Studi

Yang menyatakan

Yuni Nurhamida, S.Psi., M.Si

Putri Handayani

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan antara Harga Diri dengan Presentasi Diri pada Pengguna *Instagram*” dengan lancar. Namun itu semua tidak terlepas dari hambatan-hambatan yang harus dihadapi selama mengerjakan skripsi. Syukur Alhamdulillah hanya bisa penulis ucapkan setelah menyelesaikan skripsi ini.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak bimbingan, bantuan, serta petunjuk yang bermanfaat. Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Iswinarti, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang
2. Ibu Hudaniah, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Uun Zulfiana, M.Psi selaku Dosen Pembimbing II yang selama pengerjaan skripsi telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan serta pengarahan yang sangat membantu sehingga dapat selesai dengan baik.
3. Seluruh dosen Fakultas Psikologi UMM yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, khususnya bagi penulis hingga saat ini.
4. Orangtua penulis, Amirsuddin dan Masita beserta adik penulis, Arya Gading. Terima kasih atas doa, perhatian, dan dukungan dari kalian sehingga penulis tidak merasa terbebani dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Mahasiswa UMM yang bersedia untuk menjadi subjek penelitian.
6. Saudari-saudariku tercinta, Nadia Laras Asih, Yolanda Widya P, Megayoni Putri, Nurdini Rafika, Latifah Damry yang selama 3,8 tahun ini telah menemani perjalanan kuliah saya dalam suka maupun duka. Semoga kesuksesan dapat kita raih bersama-sama di jalan masing-masing. Serta Nuhzaifah Amini, S.Psi yang telah membantu dalam penyusunan dan penelitian skripsi ini.
7. Teman-teman psikologi kelas B - 2013 yang telah berjuang bersama-sama selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman Ikami Sulsel cabang Malang dan KSR-PMI UMM yang telah memberikan banyak pengalaman yang sangat berharga selama 3 tahun serta motivasinya.
9. Karyawan serta Part Timer UPT. Bimbingan dan Koseling UMM periode 2015-2016, yang telah memberikan dukungan serta bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan khususnya pada pembaca yang membutuhkan. Mohon maaf apabila masih terdapat kesalahan dalam penyusunan skripsi ini.

Malang, 21 April 2017
Penulis

Putri Handayani



DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Surat Pernyataan	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vii
Daftar Lampiran	viii
Pendahuluan	2
Landasan Teori	
Harga Diri.....	6
Presentasi Diri	7
<i>Instagram</i>	9
Harga Diri dan Presentasi Diri pada Pengguna <i>Instagram</i>	10
Metode Penelitian	
Rancangan Penelitian	12
Subjek Penelitian.....	12
Variabel dan Instrumen Penelitian	13
Prosedur dan Analisa Data	14
Hasil Penelitian	
Gambaran Umum Partisipan	14
Gambaran Umum Harga Diri Pengguna <i>Instagram</i>	15
Gambaran Umum Presentasi Diri Pengguna <i>Instagram</i>	15
Uji Beda Presentasi Diri dengan Jenis Kelamin	15
Uji Beda Harga Diri dengan Jenis Kelamin	16
Hubungan Harga Diri dan Presentasi Diri Pengguna <i>Instagram</i>	16
Diskusi	16
Simpulan dan Implikasi	19
Referensi.....	20
Lampiran	26

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Deskripsi Responden.....	14
Tabel 2. Gambaran Harga Diri Pengguna <i>Instagram</i>	15
Tabel 3. Gambaran Presentasi Diri Pengguna <i>Instagram</i>	15
Tabel 4. Hasil Uji Beda Presentasi Diri dengan Jenis Kelamin.....	15
Tabel 5. Hasil Uji Beda Harga Diri dengan Jenis Kelamin	16



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Tabel Sebaran Item-item Instrumen Penelitian	27
Lampiran 2: Contoh Bentuk Penyebaran Item-item Instrumen Penelitian	29
Lampiran 3: Contoh Pengisian Item-item Penelitian	34
Lampiran 4: <i>Blue Print</i> Skala <i>Rosenberg Self-Esteem</i>	39
Lampiran 5: <i>Blue Print</i> Skala Presentasi Diri di <i>Instagram</i>	39
Lampiran 6: Tabel hasil Validitas Item-item pada Instrumen Penelitian	40
Lampiran 7: Hasil <i>Spearman's rho</i>	42
Lampiran 8: Hasil Uji Anova.....	43
Lampiran 9: Tabulasi Data Kasar Responden.....	44



HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PRESENTASI DIRI PADA PENGGUNA *INSTAGRAM*

Putri Handayani

Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang

handayaniph30@gmail.com

Instagram memungkinkan individu untuk mempresentasikan diri dengan cara melakukan apapun agar menarik perhatian orang lain terhadapnya. Hadirnya *instagram* menjadikan seorang remaja mengekspresikan diri melalui foto/video dengan tidak mengikuti norma yang berlaku di masyarakat. Salah faktor yang mempengaruhi presentasi diri adalah harga diri. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna *instagram*. Penelitian ini dilakukan pada 342 orang Mahasiswa Muhammadiyah Malang berusia 16-25 tahun yang menggunakan *instagram*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu menggunakan teknik *nonprobability sampling* khususnya *purposive sampling*. Variabel penelitian diukur menggunakan skala *Rosenberg Self-Esteem* dan skala presentasi diri di *instagram*. Hasil perhitungan menggunakan teknik korelasi *Spearman's rho* di dapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0.092; $(p) = 0.089$ ($p > 0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna jejaring sosial *instagram*.

Kata kunci: Harga Diri, Presentasi Diri, *Instagram*, Remaja

Instagram allows individuals to present themselves in a way to do anything to attract the attention of others to it. Instagram presence makes a adolescence to express themselves through photos / videos with not following the norms prevailing in society. One of the factors that affect the presentation of self is self-esteem. The purpose of this study to determine whether there is a relationship between self-esteem with self-presentation on instagram users. This study was conducted on 342 students aged 16-25 years Muhammadiyah Malang who use instagram. The sampling technique used is to use sampling techniques in particular nonprobability purposive sampling. The research variables were measured using the Rosenberg Self-Esteem scale and scale presentation of self in instagram. The result of the calculation using Spearman's rho correlation obtained correlation coefficient of 0.092; $(p) = 0.089$ ($p > 0.05$). This shows that there is no significant relationship between self-esteem with self-presentation on the social networking users instagram.

Key words: Self-Esteem, Self-Presentation, *Instagram*, Adolescence

Perkembangan teknologi terjadi sangat pesat selama beberapa tahun terakhir. Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi adalah internet. Internet adalah dunia baru yang memberikan pesona bagi penggunaannya. Sejak kemunculannya di tahun 1969an, internet mengalami perkembangan yang sangat pesat dari tahun ke tahun. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet. Survei yang dilakukan sepanjang tahun 2016 menemukan bahwa 132.7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Dengan internet, seseorang dapat saling berjumpa dan bertegur sapa, berdagang dan berbelanja, sekolah dan berwisata ke berbagai belahan bumi hanya melalui komputer pribadinya (Oetomo, dkk, 2007). Banyaknya fasilitas serta aplikasi yang disediakan oleh internet, semakin memanjakan penggunaannya.

Salah satu fasilitas yang sangat diminati oleh pengguna internet yaitu jejaring sosial (*social networking*) atau lebih dikenal dengan media sosial. Media sosial merupakan bentuk komunikasi secara elektronik untuk berbagi informasi, ide, maupun pesan pribadi. Situs jejaring sosial seperti *facebook* dan *instagram* telah menjadi populer dalam dua dekade terakhir (Gentile, Twenge, Freeman, & Campbell, 2012) dan memiliki implikasi besar bagi cara orang berinteraksi dengan orang. Selain itu jejaring sosial lainnya seperti *path*, *facebook*, *snapchat*, *ask fm*, *instagram*, *twitter*, *tumblr*, *google plus*, *linkedIn*, serta *sina weibo* merupakan jejaring sosial yang jumlah penggunanya meningkat setiap harinya.

Jejaring sosial yang paling sering digunakan oleh kalangan muda di Indonesia adalah *instagram*. *Instagram* sendiri baru diluncurkan pada Oktober 2010 lalu oleh sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. *Instagram* telah memiliki 300 juta pengguna di tahun 2014, yang mana telah melampaui Twitter, pesaingnya. Hasil survei terhadap 1033 responden yang dilakukan oleh JakPat Januari 2016 lalu, menyebutkan jejaring sosial *favorite* di kalangan muda adalah *instagram*, dengan persentase pengguna 16-25 tahun mencapai lebih dari 70%. (www.blog.jakpat.net). *Instagram* merupakan media komunikasi yang digunakan individu untuk berbagi foto, dan mengunggah video berdurasi 1 menit.

Remaja dan kaum muda merupakan kelompok terbesar pengguna media sosial *online* (Lenhart dkk, 2005). Salah satu upaya untuk bergabung ke dalam suatu kelompok teman sebaya adalah remaja akan mengatur kesan yang baik agar diterima dalam kelompok tersebut. Kekuatan untuk membuat kesan yang bagus pada orang lain ini disebut sebagai manajemen kesan (*impression management*) atau biasa dikenal dengan presentasi diri atau *self presentation* (Feldman, 1995). *Instagram* memungkinkan remaja untuk mengekspresikan diri dan berinteraksi dengan orang lain terutama melalui berbagi foto/video. Jejaring sosial ini berbeda dari situs seperti *facebook* karena mudah memungkinkan orang untuk mengakses dan meninggalkan komentar pada foto masing-masing. Melalui foto di *instagram*, remaja dapat mengekspresikan diri serta membuat keinginan untuk memberikan kesan yang sempurna kepada orang lain dengan cara melakukan sesuatu sebaik mungkin untuk terlihat sempurna.

Goffman (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2009), di dalam berbagai pengalaman, setiap individu dengan sengaja ataupun tidak sengaja menciptakan dirinya dalam memainkan peran tertentu sebagaimana yang dikehendakinya. Sesungguhnya individu yang melakukan presentasi diri akan mengatur apa yang dikatakannya serta dilakukannya dengan memperlihatkan sikap atau perilaku yang berpura-pura ketika di hadapan orang lain (Franzoi, 2003). Presentasi diri dapat membuat seseorang memunculkan perilaku yang sesuai dengan persepsi yang ditimbulkan oleh orang lain tentang dirinya. Strategi presentasi diri membuat orang menghadirkan diri mereka sebagai seorang yang di buat-buat atau *image* yang bukan dirinya sesungguhnya, menggambarkan dirinya secara berlebihan, ataupun membuat *image* yang menyesatkan tentang dirinya di mata orang lain (Delameter & Myers, 2007).

Melalui presentasi di *instagram*, kriteria seorang remaja untuk memilih foto yang baik adalah keyakinan bahwa mereka ingin terlihat baik di hadapan orang lain. Bagi banyak pengguna *instagram*, membangun pengikut atau penggemar modal seseorang menghasilkan kesan bahwa mereka sangat di inginkan dalam masyarakat, sehingga orang yang melihat tertarik terhadap mereka (Schwarz, 2010). Pengguna *instagram* dapat menyampaikan perasaan, hal yang disukai, serta ide-ide kepada orang lain sehingga terbentuk identitas diri di jejaring sosial *instagram* (Ting, 2014). Pengguna *instagram* dapat menulis tulisan yang menarik perhatian orang lain pada foto yang ingin di bagikan sehingga mereka merasa memberikan kesan yang menyenangkan kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan Ellison, Heino dan Gibbs (2006) yang menyatakan bahwa individu menyadari presentasi diri secara *online* yang mereka lakukan memberikan kesan yang menyenangkan. Schwarz (2010) menyatakan bahwa fotografi telah berkembang sejauh ini, foto yang tadinya hanya untuk koleksi pribadi berkembang menjadi foto yang dibagikan untuk dapat penilaian publik. Akibatnya, remaja yang sering menggunakan media sosial di klasifikasikan sebagai individu yang mementingkan diri sendiri, asik dengan dunianya dan tentu hal ini berbeda dengan generasi sebelumnya (Buffardi & Campbell, 2008; Mehdizadeh, 2010).

Teori Goffman (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2009) terdapat enam macam strategi presentasi diri yang dilakukan seseorang yaitu *ingratiation*, *intimidation*, *self-promotion*, *exemplification*, *supplification*, dan *self-handicapping*. Dominicik (dalam Wong 2012), ada tiga strategi presentasi diri yang sudah mencakup dalam mempresentasikan diri individu di jejaring sosial *instagram*, diantaranya *ingratiation*, *supplification*, dan *enhancement (competence)*. Ketiga strategi presentasi diri tersebut lebih mungkin diamati *online* di *instagram* dibandingkan dengan strategi presentasi diri lainnya (Wong, 2012). Strategi presentasi diri *ingratiation* di *instagram* membuat orang lain menyukai kita sehingga meningkatkan daya tarik sosial, dan dianggap ramah, tulus, penuh perhatian, lucu, dan mudah untuk berbicara. *Supplification* saat di mana pengguna *instagram* membagikan foto maupun video yang berisi konten yang memberikan *image* dimana individu membutuhkan pertolongan orang lain dengan menampilkan kelemahan, dan menyebabkan orang lain yang melihat postingan tersebut menjadi peduli, memberikan dukungan bahkan memberikan bantuan. Selain itu, pada strategi presentasi diri *enhancement* individu membujuk orang lain untuk

memahami diri mereka sebagai orang yang memiliki pengetahuan, kompeten, terampil dan berkualitas.

Presentasi diri di media sosial seperti *instagram* menjadi sangat penting karena setiap remaja memiliki pilihan yang cukup besar untuk menunjukkan aspek-aspek tentang dirinya. Aspek-aspek ini bisa saja mengenai diri remaja yang ingin di sampaikan, misalnya gender mereka, minat maupun bakat yang di miliki. Presentasi diri membuat seseorang dapat melakukan apapun agar menarik perhatian orang lain, selain itu presentasi diri *online* yang di munculkan di *instagram* di kontruksi untuk tujuan penipuan. Seperti contoh kasus wanita asal Tiongkok yang mengunggah foto cantik yang mencerminkan dirinya di media sosial demi mendapatkan pria idaman. Namun ternyata setelah bertemu secara langsung, sang pria sangat kecewa dan marah karena gambaran diri wanita tersebut tidak sesuai dengan foto yang ditampilkan di media sosial (Alia, 2015). Lain halnya dengan seorang wanita asal Los Angeles yang terobsesi dengan media sosial rela melakukan operasi plastik berkali-kali agar terlihat menarik saat melakukan foto *selfie* yang di unggah pada akun media sosialnya (Ningrum, 2014).

Berdasarkan contoh kasus di atas, sebelum melakukan presentasi diri di media sosial seperti *instagram* seseorang remaja perlu memikirkan dampak positif dan negatif yang akan ditimbulkan. Dampak presentasi diri di media sosial bisa menjadi positif maupun negatif tergantung dari cara seseorang melakukan presentasi dirinya. Dampak positif dalam melakukan presentasi diri di media sosial antara lain dapat menjalin hubungan dengan keluarga maupun teman yang sudah lama tidak bertemu, menambah teman, meningkatkan kesempatan untuk belajar, dan memudahkan untuk berbagi informasi terbaru (O'Keeffe & Pearson, 2011). Sedangkan dampak negatifnya antara lain berkurangnya privasi mengurangi kemampuan bersosialisasi di dunia nyata, *cybercrime* bahkan pornografi.

Hadirnya media sosial juga memiliki resiko terkait dengan aktivitas *online* yang dilakukan seseorang di media sosial, sehingga memberikan dampak psikologis yang negatif pada penggunanya. Krasnova, Wenninger, Widjaja, & Buxmann (2013) menyatakan hasil penelitiannya kepada 357 responden yang mana merasa frustrasi dan kelelahan setelah menggunakan *facebook* dan *instagram*. Melihat foto dan profil orang lain di *facebook* dan *instagram*, hal ini memicu terjadinya frustrasi karena meningkatkan rasa iri hati (29.6%). Kurangnya perhatian (19.5%) diakibatkan kurangnya komentar ataupun suka serta umpan balik yang didapatkan. Kesepian (10.4%) di akibatkan tidak ada kontak tatap muka, dan hilangnya waktu (13.7%). Meier & Gray (2014) media sosial seperti *facebook*, pengguna seringkali terlibat dalam proses perbandingan sosial yang kemudian dapat menghasilkan gangguan emosional. Misalnya melihat foto profil orang yang menarik dapat memunculkan emosi lebih negatif daripada melihat foto orang yang kurang menarik, dan lebih kepada foto yang terkait dalam aktifitas di *facebook* (misalnya membagikan gambar, melihat foto teman) dengan gangguan citra tubuh pada remaja perempuan.

Remaja melakukan presentasi diri di media sosial merupakan salah satu cara dalam pembentukan identitas diri dengan menunjukkan dirinya ke pengguna lain untuk memperoleh pengakuan. Pada masa remaja, seseorang harus memutuskan siapakah

dirinya, bagaimanakah dirinya, dan tujuan apa yang hendak diraihinya. Selain itu, remaja merasa bebas dari tanggung jawab dan bebas mencoba berbagai identitas. Remaja bereksprimen dengan berbagai peran dan kepribadian. Eksperimen ini merupakan usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh remaja agar dapat menemukan kesesuaian mereka di dunia (Santrock, 2012). Remaja cenderung akan memasukkan lebih banyak foto provokatif, seksi dan hampir telanjang untuk mendapatkan perhatian sehingga banyak yang memberikan komentar dan suka (Clarke, 2014). Yang paling ekstrim adalah remaja akan melakukan hal-hal untuk mendapatkan ketenaran sehingga dapat mempromosikan dirinya. Studi yang dilakukan pada gadis Afrika Selatan, remaja menggunakan media sosial untuk berbagi foto dengan membagikan gambar memakai pakaian provokatif dan berpose provokatif (Botha, 2014).

Jang, Han, Shih & Lee (2015) menyebutkan bahwa remaja cenderung untuk mengunggah foto lebih sedikit tetapi sangat aktif dalam menambahkan lebih banyak untuk menandai foto mereka sendiri, mereka juga lebih suka menerima *like* dan komentar tentang foto mereka dari orang lain serta mengunggah lebih banyak foto *selfie* untuk mengekspresikan diri agar terkesan lebih dewasa dan memiliki representasi diri yang tinggi. Kepuasan dan kesenangan dengan harapan mendapatkan pengakuan agar terlihat lebih dewasa di imbangi dengan persentase "*like*" dan "*comment*" yang didapatkan dalam foto yang diunggah.

Adanya persepsi diri yang menganggap bahwa pentingnya penilaian-penilaian seseorang terhadap individu sangat berpengaruhnya pada penilaian pribadi mengenai kepantasan diri dalam mengekspresikan melalui tindakan dan penilaian tersebut ditujukan kepada dirinya sendiri. Penilaian-penilaian yang dilakukan individu inilah yang biasa disebut dengan *self-esteem* atau biasa dikenal dengan harga diri (Coopersmith, 2007).

Media sosial dengan berbagai kegiatan di dunia maya menunjukkan gambaran seseorang secara akurat mengenai dirinya sendiri. Seseorang yang rendah diri cenderung mengkhawatirkan apa yang orang lain *posting* tentang mereka di jejaring sosial. Sedangkan individu yang memiliki harga diri lebih tinggi cenderung menghabiskan waktu untuk membangun citra personal di media sosial (Fazriyati, 2013).

Hasil studi diketahui bahwa baik laki-laki maupun perempuan memiliki harga diri yang tinggi di masa kanak-kanak, meskipun demikian harga diri mereka cenderung turun secara drastis selama masa remaja (Robins dkk, 2002 dalam Santrok 2012). Hal ini sejalan dengan psikolog klinis dan direktur Light House Arabia di Dubai mengatakan bahwa *posting* gambar diri secara *online* adalah sifat dari harga diri yang rendah (Gulf News, 2015). Harga diri diperoleh tergantung pada pengakuan dan penilaian yang di dapatkan dari gambar yang dibagikan ke situs media sosial. Meskipun *posting* gambar diri sendiri secara online dapat menyebabkan harga diri yang rendah, beberapa mungkin berpendapat bahwa narsis dapat membuat orang merasa baik terhadap dirinya. Remaja mengambil dan mengirim puluhan *selfies* dalam sehari dan membagi ke media sosial dengan harapan dapat menerima tanggapan yang positif dari teman-temannya (Gulf News, 2015).

Sebuah studi yang dilakukan oleh Bakhshi, Shamma & Gilbert (2014) menyebutkan sebanyak 15 kali pengguna *flickr* (sebuah aplikasi situs web yang hampir memiliki kesamaan fungsi dengan *instagram*) memiliki kebiasaan menggunakan aplikasi edit foto sebelum mengunggah foto mereka. Selain itu, dari penelitian tersebut sebanyak 7,6 juta foto yang diunggah berasal dari foto yang di *instagram* dan membuktikan bahwa foto yang menggunakan editan yang benar mendapatkan *views* sebanyak 21% dan komentar sebanyak 45%. Selain itu, hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa foto dengan menampilkan wajah lebih mungkin menerima 38 *like* dan 32 % menerima komentar. Ditemukan pula bahwa bagaimanapun jumlah wajah, usia maupun jenis kelamin tidak berpengaruh. Dalam hal ini, para pengguna *instagram* tersebut merasa disukai dan dihargai apabila mereka bisa menunjukkan sisi terbaik dari foto mereka dengan memberikan editan.

Berdasarkan uraian di atas, bahwa ada keterikatan antara harga diri dengan presentasi diri, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah harga diri memiliki hubungan dengan presentasi diri pada pengguna *instagram*.

Harga Diri

Gecas & Rosenberg, harga diri merupakan keseluruhan evaluasi positif pada diri individu (dalam Cast & Burke, 2002). Hal ini terdiri dari dua dimensi yang berbeda yaitu kompetensi dan layak. Kompetensi dimensi (berdasarkan efikasi harga diri) mengacu pada sejauh mana orang melihat diri mereka sebagai orang yang mampu. Sedangkan pada dimensi layak (nilai harga diri) mengacu pada sejauh mana seorang individu merasa mereka dirinya bernilai.

Sedikides (dalam Baron & Byrne, 2003) menyatakan tiga kemungkinan motif dalam evaluasi diri diantaranya orang dapat mencari *self assessment* (untuk memperoleh pengetahuan yang akurat tentang dirinya sendiri), *self enhancement* (untuk mendapatkan informasi positif tentang diri mereka sendiri) atau *self verification* (untuk mengonfirmasi sesuatu yang sudah mereka ketahui tentang diri mereka sendiri).

Frey dan Carlock, 1984 (dalam Henggaryadi & Fakhrurrozi, 2008) faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri seseorang yaitu: (1) Jenis kelamin, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa remaja putri lebih memperhatikan penampilan fisik dibanding remaja pria dan wanita pada kelompok usia lainnya, sehingga lebih mudah terkena gangguan terhadap bentuk tubuhnya sehingga dapat mempengaruhi harga diri seseorang. (2) Kelas sosial dan lingkungan sosial, kelas sosial orang tua yang ditandai dengan pekerjaan, pendidikan, dan tingkat penghasilan orang tua turut mempengaruhi harga diri remaja. (3) Pola asuh, pengaruh orang tua dalam pembentukan konsep diri dan harga diri anak sama pentingnya pada masa remaja dengan saat kanak-kanak. Orang tua yang memiliki harga diri yang tinggi cenderung membesarkan anaknya dengan harga diri yang tinggi pula, dan begitu pula sebaliknya.

Coopersmith, 1967 (dalam Henggaryadi & Fakhrurrozi, 2008) membagi tingkatan harga diri menjadi tiga yaitu : harga diri tinggi, harga diri menengah, dan harga diri rendah. (1) Harga diri tinggi, seseorang dengan harga diri tinggi akan memiliki ciri-

ciri penuh percaya diri, mandiri, aktif dalam kegiatan-kegiatan fisik dan sosial, ambisius tetapi realistis terhadap kemampuannya, ekspresif, kreatif, dan memiliki skor tinggi dalam intelegensi. (2) Harga diri menengah, mereka menilai lebih baik dari kebanyakan orang, akan tetapi tidak termasuk dalam kelompok pilihan. Pada dasarnya penilaian mereka cenderung seperti kelompok dengan taraf harga diri tinggi dari pada kelompok dengan harga diri rendah. (3) Harga diri rendah, individu dengan harga diri rendah, memiliki ciri-ciri tidak percaya diri, tidak menghargai diri sendiri, gampang putus asa, kurang berusaha dan adanya kecenderungan berorientasi pada kegagalan.

Orang yang menghargai dirinya secara umum serta memiliki harga diri yang tinggi, maka mereka cenderung menghargai penampilan, kemampuan, dan domain mereka yang lain. Memiliki harga diri yang tinggi berarti seseorang individu menyukai dirinya sendiri (Baron & Byrne, 2003). Harga diri yang tinggi pada umumnya lebih disukai daripada harga diri yang rendah, kebanyakan orang berusaha mengubah harga diri mereka kearah evaluasi diri yang lebih positif. Orang dengan harga diri yang rendah sering kali memiliki permasalahan dalam hidup mereka, memiliki penghasilan yang lebih sedikit, penyalahgunaan obat, dan lebih cenderung tertekan (Salmelo-Aro & Nurmi 2007; Trzesniewski & dkk, 2006).

Maslow (dalam Alwisol, 2004) harga diri memiliki dua jenis yaitu: (a) *Self respect* yaitu penghormatan atau penghargaan dari diri sendiri mencakup hasrat untuk memperoleh kompetensi, rasa percaya diri, kekuatan penguasaan, kemandirian, prestasi dan kebebasan kepercayaan diri. (b) *Respect from other* yaitu penghargaan dari orang lain meliputi hasrat untuk memperoleh prestasi, status, ketenaran, dominasi, menjadi orang penting, kehormatan, diterima dan apresiasi.

Rosenberg (dalam Rahmania & Yuniar, 2012) harga diri memiliki dua aspek, yaitu penerimaan diri dan pengormatan diri. Kedua aspek tersebut memiliki lima dimensi yaitu: dimensi akademik, sosial, emosional, keluarga, dan fisik. (a) Dimensi akademik mengacu pada persepsi individu terhadap kualitas pendidikan individu. (b) Dimensi sosial mengacu pada persepsi individu terhadap hubungan sosial individu. (c) Dimensi emosional merupakan hubungan keterlibatan individu terhadap individu. (d) Dimensi keluarga mengacu pada keterlibatan individu dalam partisipasi dan intergrasi di dalam keluarganya. (e) Dimensi fisik yang mengacu pada persepsi individu terhadap kondisi fisik individu.

Presentasi Diri

De Lamater & Myers (dalam Purnamasari, 2016) presentasi diri adalah usaha yang dilakukan individu, baik sadar maupun tidak sadar, untuk mengontrol diri sendiri sesuai dengan gambaran yang diinginkan dalam suatu interaksi sosial. Bentuk dari presentasi diri ada yang terjadi secara alami atau natural, namun juga ada beberapa yang dibuat-buat. Presentasi diri yang berhasil membutuhkan usaha untuk mengontrol bagaimana orang lain mendefinisikan situasi interaksi dan mengikutsertakan identitas yang disetujui. Presentasi diri dibatasi dalam pengertian menghadirkan diri sendiri dalam cara-cara yang sudah diperhitungkan untuk

memperoleh penerimaan atau persetujuan orang lain (Dayakisni & Hudaniah, 2009).

Dalam proses presentasi diri biasanya individu akan melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) yaitu proses dimana seseorang menyeleksi dan mengontrol perilaku sesuai dengan situasi atau kondisi dimana perilaku tersebut dihadirkan pada orang lain agar mendapatkan suatu *image* yang diinginkan. Goffman (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2009) ada beberapa syarat yang perlu dipenuhi ketika individu mengelola kesan secara baik, yaitu: (a) Penampilan muka (*proper front*), yaitu perilaku khusus yang diekspresikan untuk menampilkan diri agar orang lain mengetahui dengan jelas peran si pelaku. Dalam hal ini ada 3 aspek yaitu : (1) *Setting* yaitu serangkaian peralatan ruang dan benda yang kita gunakan; (2) *Appearance* yaitu pengguna petunjuk artifaktual, misal pakaian, lencana, atribut-atribut, dll; (3) *Manner* yaitu gaya bertingkah laku seperti cara berjalan, duduk, berbicara, memandang, dll. (b) Keterlibatan dalam perannya, yaitu keterlibatan secara sungguh-sungguh dimana individu (pelaku) sepenuhnya meyakini dan menghayati peran yang dilakukan secara total. (c) Mewujudkan idealisasi harapan orang lain tentang perannya, yaitu perilaku pelaku yang diharapkan orang-orang pada umumnya mengenai perannya, dan memanfaatkan pengetahuan tersebut untuk diperhitungkan dalam penampilannya. (d) *Mystification* adalah profesionalisme pelaku terhadap perannya.

Kramer & Winter (2008) menjelaskan ada 3 ciri-ciri kepribadian yang stabil yang telah terbukti untuk mempengaruhi manajemen kesan dan presentasi diri yaitu: *self esteem* atau harga diri, *extraversion*, dan *self-efficacy* berkaitan dengan manajemen kesan (lihat Marcus et al, 2006; Mielke, 1990; Schlenker 1980).

Teori Goffman (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2009) terdapat enam macam strategi presentasi diri yang dilakukan seseorang, yaitu: (a) *Ingratiation*; yaitu bentuk strategi seseorang dengan mengambil muka/menjilat dengan pujian, pendengar yang baik, ramah, dan sebagainya agar tampak tulus di depan orang lain. (b) *Intimidation*; strategi ini dilakukan agar seseorang tampak menakutkan dan berbahaya. (c) *Self-promotion*; untuk menunjukkan pada orang lain bahwa dirinya kompeten atau ahli dalam bidang tertentu. (d) *Exemplification*; strategi ini dilakukan seseorang untuk memproyeksikan penghargaan pada kejujuran dan moralitas, namun terkadang tidak tulus dalam melakukannya. (e) *Supplication*; seseorang menunjukkan kelemahannya pada orang lain untuk mendapatkan pertolongan maupun simpati. (f) *Self-handicapping*; seseorang berpura-pura mendapat hambatan saat melakukan kegiatan saat merasa ego yang dimilikinya terancam.

Faktor-faktor yang membentuk presentasi diri yang baik diantaranya: (1) Hubungan baik dengan orang lain, dalam hal ini seseorang akan mempresentasikan dirinya dan berperilaku baik sebagai seseorang yang berkompeten, menyenangkan, jujur, baik hati, setia, kuat, hangat, suka menolong, dan sebagainya agar tersampaikan pesan bahwa dirinya dipandang baik oleh lawan bicaranya. (2) Isu-isu tentang dirinya, dalam hal ini orang lain akan membentuk cerita tentang diri seseorang yang nantinya akan membentuk *image* (identitas) tentang seseorang tersebut. Dalam

membentuk *image* (identitas) ini orang tersebut akan menampilkan karakter dan sikap yang baik yang bisa saja ia memanipulasinya (Bushman & Baumeister, 2011).

Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. (Wikipedia.org) *Instagram* diciptakan sebagai media komunikasi yang digunakan individu untuk berbagi foto, dan mengunggah video berdurasi 1 menit. *Instagram* diluncurkan pada akhir tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri yaitu Bbnn, Inc. Melalui *instagram* foto-foto dan video dapat dikolaborasikan untuk dibagikan melalui media sosial yang lain seperti *facebook*, *twitter*, *tumblr* dan *flickr*. Menurut Purnamasari (2016) ada beberapa fitur halaman dalam *instagram* diantaranya: (1) Tampilan, foto yang berbentuk persegi dengan berbagai efek. (2) *Posting*, kegunaan utama dari *instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto kepada pengguna lainnya. Foto yang diunggah dapat melalui kamera atau album yang ada diperangkat tersebut. (3) *Following*, sistem sosial di *instagram* adalah dengan mengikuti akun pengguna lainnya. (4) *Followers*, sistem sosial di *instagram* juga dengan memiliki pengikut. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna *Instagram* dapat terjalin. (5) *Like*, *instagram* memiliki fitur tanda suka yang fungsinya sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna yang lain. Berdasarkan jumlah durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di *instagram*, menjadi faktor khusus yang mempengaruhi apakah foto tersebut populer atau tidak. (6) *Comment*, Komunikasi antara sesama pengguna *instagram* dapat terjalin dengan memberikan komentar pada foto atau video yang diunggah. (7) *Caption*, pengguna *instagram* dapat menggunakan *caption* untuk memberikan keterangan atau penjelasan terhadap foto dan video yang diunggahnya. (8) *Location*, kegunaan yang tidak kalah penting dalam fitur *instagram* yaitu *location*, dimana para pengguna bisa memberitahukan atau menunjukkan kepada pengikutnya (*followers*) lokasi atau tempat mereka melakukan foto atau video yang diunggahnya. (9) *Tag*, tanda *tag* dalam *instagram* digunakan untuk menandai *followers* lain dari foto dan video yang diunggahnya. (10) *Link*, dalam berbagi foto, pengguna tidak hanya dapat membagikan di dalam *instagram* saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti *facebook*, *twitter*, *tumblr* dan *flickr*.

Instagram juga menambahkan layanan obrolan untuk pelanggan untuk mengirim foto dan video pribadi satu sama lain. Akhir tahun 2016, *instagram* memperbarui aplikasinya dengan menambahkan fitur baru pada *instagram stories* yaitu fitur *live streaming*, *stickers*, dan video satu ketukan. Untuk menggunakan fitur tersebut, pengguna hanya menekan tombol *stickers* baru yang muncul di sebelah alat menyisipkan teks dan gambar, setelah pengguna selesai merekam atau memotret konten *stories*. Kemudian pengguna akan disugahi opsi stiker berbasis lokasi, waktu atau cuaca (Anggraeni, 2016). Stiker ini berbekal kemampuan penyesuaian ukuran, memungkinkan pengguna mengubah ukuran menjadi lebih besar atau kecil.

Selain itu, pengguna juga dapat memindahkan penempatan stiker, dan memilih berbagai gaya berbeda.

Harga Diri dan Presentasi Diri pada Pengguna *Instagram*

Media sosial saat ini merupakan bagian penting dalam kehidupan sebagian besar remaja. Dengan adanya media sosial, hal ini memberikan kenyamanan kepada remaja untuk saling berkomunikasi. Salah satu cara untuk berkomunikasi yaitu membagikan foto maupun video di media sosial. Bagi pengguna media sosial, memperbarui status, membuat *tweet* kemudian membagikan di *wall*, membagi foto dan video, serta mengomentari foto, video, maupun *tweet* seseorang di media sosial sudah hal yang biasa dilakukan. Salah satu media sosial yang paling diminati remaja saat ini adalah *instagram*. *Instagram* memungkinkan seorang remaja membagikan kegiatan sehari-hari melalui foto maupun video. Selain itu pengguna *instagram* dapat memilih untuk mengikuti pengguna tertentu, sehingga setiap foto atau video yang dibagikan ke dalam *instagram* memudahkan orang untuk memberikan komentar ataupun kesukaanya terhadap foto/video tersebut.

Membagikan foto/video ke *instagram* merupakan salah satu bentuk kegiatan menampilkan diri ke orang lain. Adanya media sosial seperti *instagram* dapat mempengaruhi bagaimana perempuan melihat dirinya sendiri dan mereka ingin orang lain untuk melihatnya (Hill & Denman, 2016). Kegiatan menampilkan diri di media sosial mempengaruhi bagaimana remaja memandang diri mereka sendiri dan bagaimana mereka ingin dinilai atau dilihat oleh orang lain. Adanya persepsi diri yang menganggap bahwa pentingnya penilaian-penilaian seseorang terhadap individu sangat berpengaruh pada penilaian pribadi mengenai kepantasan diri dalam mengekspresikan melalui tindakan dan penilaian tersebut ditunjukkan kepada dirinya sendiri. Penilaian-penilaian yang dilakukan individu inilah yang biasa disebut dengan harga diri (Coopersmith, 2007).

Menurut penelitian (Forest & Wood, 2011), ditemukan bahwa remaja yang memiliki harga diri rendah merasa lebih aman di *facebook*. Namun, studi ini juga menemukan bahwa mereka yang memiliki harga diri yang rendah sering membagikan dan memperbarui status. Mereka cenderung mengkritik secara negatif terhadap kehidupan temannya, dan membuat dirinya kurang menyenangkan sebagai teman. Forrest & Wood juga menemukan bahwa orang-orang dengan harga diri yang tinggi, biasanya memasang *update* yang positif dan mendapat tanggapan yang positif.

Remaja mengambil foto kemudian mengirim puluhan *selfies* dalam sehari untuk dibagikan ke media sosial dengan harapan bahwa mereka akan mendapatkan tanggapan yang positif dari teman-temannya (Gulf News, 2015). Hal ini menyebabkan remaja menjadi lebih narsis dan egois. Dengan demikian, hubungan antara harga diri dan jumlah *selfies* yang dibagikan di *instagram* sepertinya memiliki korelasi yang kuat, dimana remaja akan narsis untuk meningkatkan popularitas dan harga dirinya (Gulf News, 2015).

Setiap orang mempunyai cara-cara khusus untuk menampilkan dirinya kepada orang lain. Saat seseorang menampilkan dirinya, mereka akan mengatur kesan yang

bagus untuk ditampilkan ke orang lain, ini merupakan manajemen kesan (*impression management*) atau biasa dikenal dengan presentasi diri atau *self presentation* (Feldman, 1995). Dalam mengatur kesan yang baik, setiap individu dengan sengaja ataupun tidak sengaja menciptakan dirinya dalam memainkan peran tertentu sebagaimana yang dikehendakinya (Goffman dalam Dayakisni & Hudaniah, 2009). Individu yang melakukan presentasi diri akan mengatur apa yang dikatakan serta dilakukan dengan memperlihatkan sikap atau perilaku yang berpura-pura ketika dihadapan orang lain (Franzoi, 2003).

Amini (2015), presentasi diri yang terjadi di dalam media sosial akan berbeda-beda berdasarkan jenis mediumnya. Jika medium tersebut adalah *homepage* pribadi, maka presentasi diri akan terjadi lebih konstan dan tetap. Hal disebabkan frekuensi untuk melakukan perubahan-perubahan di dalam medium tersebut tidak terlalu tinggi. Kondisi yang berbeda muncul ketika mediumnya seperti *Twitter*, *Microblog*, *Facebook* dan *Instagram*. Pengguna *Twitter* mempresentasikan dirinya melalui biografi singkat dan *tweets*. *Tweets* merupakan salah satu cara yang paling dominan di dalam *Twitter* untuk mempresentasikan diri. Sementara *tweets* ini, yang bersifat dinamis dan interaktif, mengalami perubahan yang sangat cepat dari waktu ke waktu. Hal tersebut juga bekerja pada media sosial yang lain seperti *Facebook* dan *Instagram*. Status yang diupdate penggunaannya menjadi cara yang paling untuk melihat presentasi diri penggunaannya sedangkan *Instagram* menggunakan foto, video serta *caption* untuk mempresentasikan dirinya.

Leary (dalam Brown 2007) saat kita berada di situasi yang berbeda, kita menjadi lebih khawatir dengan kesan yang kita buat, dan kita dengan aktif berusaha untuk mengontrol kesan-kesan tersebut, maka dari itu perlu adanya strategi dalam mempresentasikan diri. Teori Goffman (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2009) terdapat enam macam strategi presentasi diri yang dilakukan seseorang, yaitu: (a) *Ingratiation*; yaitu bentuk strategi seseorang dengan mengambil muka / menjilat dengan pujian, pendengar yang baik, ramah, dan sebagainya agar tampak tulus di depan orang lain. (b) *Intimidation*; strategi ini dilakukan agar seseorang tampak menakutkan dan berbahaya. (c) *Self-promotion*; untuk menunjukkan pada orang lain bahwa dirinya kompeten atau ahli dalam bidang tertentu. (d) *Exemplification*; strategi ini dilakukan seseorang untuk memproyeksikan penghargaannya pada kejujuran dan moralitas, namun terkadang tidak tulus dalam melakukannya. (e) *Supplication*; seseorang menunjukkan kelemahannya pada orang lain untuk mendapatkan pertolongan maupun simpati. (f) *Self-handicapping*; seseorang berpura-pura mendapat hambatan saat melakukan kegiatan saat merasa ego yang dimilikinya terancam.

Berdasarkan uraian di atas, presentasi diri di media sosial sebagai sebuah bentuk eksperimen atau cara seseorang mendapatkan identitas dirinya. Dalam kehidupan sehari-hari seseorang bisa saja memiliki kendala dalam melakukan presentasi diri. Misalnya saja, seorang individu ingin memberikan banyak komentar terhadap sebuah peristiwa tetapi mengalami kendala dalam menyampaikannya. Media sosial memberikan ruang bagi penggunaannya untuk mempresentasikan dirinya sesuai dengan apa yang diinginkannya. Selain itu, dengan membagikan foto maupun video di *instagram* seseorang akan menampilkan dirinya sebaik mungkin untuk

mendapatkan tanggapan yang positif dari orang lain. Tanggapan positif yang mereka peroleh akan meningkatkan harga dirinya.

Hipotesa

Melalui tinjauan teori yang telah dijelaskan dapat diambil sebuah hipotesa bahwa terdapat hubungan antara harga diri dan presentasi diri pada pengguna *instagram*.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Azwar (2014) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Rancangan penelitian menggunakan penelitian korelasional yaitu penelitian yang menyelidiki sejauhmana variasi pada satu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain, berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2014).

Subjek Penelitian

Penelitian ini akan melibatkan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang yang menggunakan *instagram*. Adapun karakteristik subjek penelitian adalah (1) Subjek merupakan mahasiswa yang sedang melakukan studi S1 di Universitas Muhammadiyah Malang (2) Laki-laki maupun perempuan berusia 16-25 tahun (3) Subjek memiliki *gadget/smartphone* (3) Subjek memiliki akun *instagram* (4) Subjek aktif menggunakan *instagram*, mengupload atau membagikan foto/video di *instagram* dan memberikan komentar atau tanggapan pada akun lain setiap hari atau setidaknya minimal seminggu sekali. Skala penelitian disebarkan kepada 431 orang, 408 orang diperoleh berdasarkan survei *online*, dan 23 orang diperoleh dengan mengambil data secara langsung. Akan tetapi data yang diperlukan sesuai dengan kriteria penelitian yang telah disebutkan sebelumnya berjumlah 342 orang. Subjek dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 259 orang dan laki-laki berjumlah 83 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan teknik *nonprobability sampling* khususnya *purposive sampling*. Teknik *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2011). Peneliti lebih berfokus dalam teknik *Purposive Sampling*, dimana teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2011). *Purposive sampling* dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel yang akan diambil.

Variabel dan Instrumen Penelitian

Terdapat dua variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Variabel bebas (independent) dalam penelitian ini adalah harga diri dan variabel terikat (dependent) adalah presentasi diri.

Harga diri adalah suatu cara yang dilakukan seseorang untuk mengevaluasi dirinya. Evaluasi ini akan menunjukkan individu memberikan penilaian tentang dirinya sendiri sebagai individu yang mampu, serta percaya bahwa dirinya berharga. Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur harga diri pada pengguna *instagram* yaitu skala *Rosenberg Self-Esteem* yang dikembangkan oleh Morris (Rosenberg, 1965) yang kemudian di adopsi oleh (Azwar, 2012) dengan versi bahasa Indonesia yang memiliki korelasi item total berada antara 0.415 sampai 0.703. Adapun reliabilitas skala *Rosenberg Self-Esteem* sebesar *Alpha Cronbach* 0.92. Skala harga diri ini menggunakan aspek penerimaan diri, dan pengormatan diri yang terdiri dari 10 item pernyataan. Skala tersebut berbentuk *likert*.

Presentasi diri adalah suatu upaya yang dilakukan individu untuk berperilaku secara sengaja dimunculkan atau dihadirkan dengan cara tertentu untuk menciptakan kesan khusus tentang dirinya agar diterima dan disukai oleh orang lain yang berada disekitarnya. Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur presentasi diri adalah peneliti memodifikasi alat ukur yang digunakan oleh Herdyani Kusumasari pada tahun 2015. Skala presentasi diri ini menggunakan aspek-aspek mengenai strategi presentasi diri melalui *instagram*. Enam aspek dalam strategi presentasi diri tersebut sesuai dengan teori yang diungkap oleh Guffman (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2009) yang terdiri dari *Ingratiation, Intimidation, Supplification, Self-Handicapping, Self Promotion, dan Exemplification*. Skala ini berbentuk skala *likert*.

Subjek akan menjawab setiap item dengan memilih 1 dari 4 poin skala *likert* mulai dari Sangat tidak setuju (STS), Tidak setuju (TS), Setuju (S), Sangat setuju (SS). Setiap aspek yang dikemukakan dalam variabel harga diri dan presentasi diri ini terdapat item-item pernyataan yang *favorable* skor yang di dapat adalah SS = 4, S = 3, TS = 2, STS = 1 begitupula sebaliknya item-item yang pernyataan *unfavorable* STS = 4, TS = 3, S = 2, SS = 1. Pernyataan *favorable* adalah pernyataan yang mencerminkan perilaku yang menunjukkan kecenderungan perilaku tersebut, sementara pernyataan *unfavorable* merupakan pernyataan yang tidak menunjukkan kecenderungan terhadap perilaku tersebut (Azwar, 2004).

Berdasarkan hasil *try out*, dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan *SPSS 21 for windows*. Uji validitas item-item pada skala Presentasi Diri di *instagram* yang dilakukan diperoleh 18 item valid dari 33 item yang ada dengan indeks validitas antara 0.360-0.736. Sedangkan reliabilitas dengan menggunakan *Alpha Cronbach* sebesar 0,868. Menurut Rovai, dkk (2013) koefisien reliabilitas 0.7 hingga 0.9 termasuk kategori reliabilitas tinggi. Sehingga skala tersebut sudah reliabel.

Prosedur dan Analisa Data

Prosedur penelitian ini melalui tiga tahap yaitu:

Tahap pertama diantaranya adalah peneliti menentukan masalah yaitu mengenai tentang harga diri dan presentasi diri yang dilakukan pengguna *instagram* di media sosial. Kemudian penulis melakukan studi literatur, menyusun rumusan masalah, tinjauan pustaka, dan menentukan alat ukur yang digunakan. Adapun alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* tentang harga diri dan presentasi diri pada pengguna *instagram*. Skala diuji coba terlebih dahulu kepada 45 orang sesuai dengan karakteristik penelitian, kemudian diuji validitas dan reliabilitas untuk mendapatkan item yang valid.

Tahap kedua adalah tahap pelaksanaan, pada tahap ini peneliti melakukan penelitian dengan melakukan penyebaran skala kepada 431 orang. Penyebaran skala dilakukan dengan dua macam cara, yaitu melalui *online* dan penyebaran secara langsung. Penyebaran melalui *online* dengan cara membagikan link berisi skala penelitian melalui akun media sosial peneliti. Penyebaran secara langsung dilakukan dengan mencari subjek sesuai dengan karakteristik penelitian, kemudian subjek diminta untuk mengisi skala yang sudah dicetak.

Tahap akhir setelah data berhasil dikumpulkan, peneliti melakukan pengelompokan hasil *screening* subjek. Pengelompokan tersebut bertujuan untuk memilih subjek yang sesuai dengan kriteria, kemudian data di input ke dalam *Microsoft Excel* yang nantinya akan dipindahkan untuk di analisis pada *IBM Statistic SPSS 21* dengan uji korelasi *Spearman's rho*.

HASIL PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada 342 responden Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) berusia 16-25 tahun yang aktif dalam menggunakan *instagram*. Berikut data dari hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. Deskripsi Responden

Kategori	Jumlah (Orang)	Prosentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	83	22%
Perempuan	259	78%
Usia		
18	16	5%
19	27	8%
20	67	19%
21	122	36%
22	110	32%

Berdasarkan hasil analisa di ketahui bahwa dari 342 responden penelitian terdapat jumlah responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 83 orang (22%) dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 259 (78%). Kemudian jika dilihat berdasarkan usia responden, dari 342 responden penelitian, pengguna *instagram* terbanyak pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang yaitu 122 orang (36%) berusia 21 tahun.

Tabel 2. Gambaran Harga Diri Pengguna *Instagram*

Kategori Harga Diri	Jumlah (Orang)	Prosentase %
Rendah	198	58%
Sedang	137	40%
Tinggi	7	2%

Sebanyak 342 responden, dilihat dari persebaran skor harga diri diketahui responden penelitian paling banyak berada pada kategori rendah dengan prosentase sebesar 58%, dan persebaran skor terkecil pada kategori tinggi dengan prosentase sebesar 2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian memiliki harga diri yang rendah.

Tabel 3. Gambaran Presentasi Diri Pengguna *Instagram*

Kategori Harga Diri	Jumlah (Orang)	Prosentase %
Rendah	55	16%
Sedang	270	79%
Tinggi	17	5%

Pada persebaran skor presentasi diri diketahui responden penelitian paling banyak berada pada kategori sedang dengan prosentase sebesar 79%, dan persebaran skor terkecil pada kategori tinggi dengan prosentase sebesar 5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian memiliki presentasi diri yang sedang.

Tabel 4. Hasil Uji Beda Presentasi Diri dengan Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah (Orang)	Rata-rata Presentasi Diri
Jenis Kelamin		
Laki-laki	83	43.95
Perempuan	259	43.34

Uji *one way ANOVA* menunjukkan perbedaan rata-rata skor presentasi diri dengan jenis kelamin terhadap pengguna *instagram*. Secara statistik hasil analisis menyatakan tidak ada perbedaan antara presentasi diri dengan jenis kelamin pada pengguna *instagram* karena nilai sig sebesar 0.294 di mana nilai probabilitas (sig)

tersebut lebih besar dari 0.05 ($0.294 > 0.05$). Namun jika dianalisis secara deskriptif dengan melihat rata-rata pada laki-laki dan perempuan, terlihat ada perbedaan sebesar 0.61. Hasil ini menunjukkan bahwa presentasi diri pada laki-laki ($M=43.95$) lebih besar dari presentasi diri pada perempuan ($M= 43.34$).

Tabel 5. Hasil Uji Beda Harga Diri dengan Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah (Orang)	Rata-rata Harga Diri
Jenis Kelamin		
Laki-laki	83	26.34
Perempuan	259	26.40

Perbedaan hasil uji beda skor harga diri dengan jenis kelamin terhadap pengguna *instagram*, secara statistik hasil analisis menyatakan tidak ada perbedaan antara harga diri dengan jenis kelamin pada pengguna *instagram* karena karena nilai sig sebesar 0,824 di mana nilai probabilitas (sig) tersebut lebih besar dari 0.05 ($0.824 > 0.05$). Tetapi jika dianalisis secara deskriptif dengan melihat rata-rata pada laki-laki dan perempuan, terlihat ada perbedaan sebesar 0.06. Hasil ini menunjukkan bahwa harga diri pada perempuan ($M=26.40$) lebih besar dari harga diri pada laki-laki ($M= 26.34$).

Berdasarkan hasil uji korelasi menggunakan *Spearman's rho* memperoleh nilai probabilitas (sig.) sebesar 0.089, di mana nilai probabilitas (sig) tersebut lebih besar dari 0.05 (sig > 0.05) sehingga H_0 diterima, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antar harga diri dengan presentasi diri pada pengguna *instagram*.

DISKUSI

Berdasarkan perhitungan statistik nonparametrik dengan menggunakan teknik korelasi *Spearman's rho* diperoleh hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0.092; ($p = 0.089$ ($p > 0.05$)). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna jejaring sosial *instagram*. Artinya remaja memandang diri mereka dan ingin dinilai atau dilihat oleh orang lain tidak ada hubungan terhadap remaja menampilkan dirinya di media sosial *instagram*. Hal ini serupa dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Abarado (2015) bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara jumlah waktu yang di habiskan di *facebook* dengan harga diri seseorang. Selain itu Abarado juga menemukan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara jumlah waktu yang dihabiskan pada aktifitas *online* lainnya dengan harga diri.

Instagram menjadi sarana seseorang remaja untuk melakukan presentasi diri. Bentuk presentasi diri yang dilakukan dengan membagikan foto/video. Melakukan kegiatan presentasi diri di *instagram* dapat meningkatkan popularitas. Penelitian telah menunjukkan bahwa untuk mencari popularitas, pengguna akan cenderung mengungkapkan informasi di media sosial *facebook* (Christofides, Muise, & Desmarais, 2009; Utz, Tanis, & Vermeulen, 2012), terlibat dalam strategi presentasi

diri, dan meningkatkan profil mereka (Utz et al., 2012). Internet dapat memberikan tempat yang unik untuk mengekspresikan diri. McKenna, Green & Gleason (2002) beberapa individu terutama yang memiliki kecemasan sosial yang tinggi, merasa mampu mengekspresikan diri di internet. Masa remaja merupakan masa untuk mencari identitas diri. Identitas berkembang secara stabil hingga usia 19 tahun dan kemudian menurun, pencapaian identitas berkembang selama masa remaja akhir (Santrock, 2012). *Instagram* merupakan salah satu sarana seorang remaja untuk mencari identitas diri dengan cara mempresentasikan dirinya kepada orang lain melalui foto maupun video.

Kramer & Winter (2008) menjelaskan ada 3 ciri-ciri kepribadian yang stabil yang telah terbukti untuk mempengaruhi manajemen kesan dan presentasi diri yaitu: *self esteem* atau harga diri, *extraversion*, dan *self-efficacy* berkaitan dengan manajemen kesan (lihat Marcus et al, 2006; Mielke, 1990; Schlenker 1980). Penelitian Kramer (2008) terhadap remaja di Jerman, kepribadian *extraversion* mempengaruhi presentasi diri seseorang dimana ketika variabel ini tinggi maka seseorang lebih ramah sehingga memiliki banyak teman, semangat, antusias dan komunikatif. Sebaliknya jika rendah maka cenderung pemalu, tidak percaya diri, dan pendiam. Selain itu Kramer juga menjelaskan bahwa ada hubungan antara tipe kepribadian *extraversion* dengan presentasi diri, ketika memiliki kepribadian yang ramah dan komunikatif maka presentasi diri kita terhadap lawan bicara kita terutama di media sosial akan terbentuk dengan baik. Namun sebaliknya jika kita pendiam dan pemalu untuk mengekspresikan diri maka presentasi diri dalam jejaring sosial akan terlihat kurang baik.

Intensitas penggunaan *instagram* harus menjadi fokus dalam penelitian karena menurut hasil penelitian Ellison, Steinfeld & Lempe (2007) bahwa intensitas pengguna media sosial *facebook* dapat mempengaruhi tinggi dan rendahnya harga diri penggunaannya. Karena kurang spesifiknya responden yang digunakan dalam penelitian ini menyebabkan mungkin saja terdapat responden dalam penelitian ini yang jarang mengakses *instagram* namun memiliki harga diri yang tinggi. Selain itu, mungkin terdapat responden yang mengisi skala penelitian yang hanya sekedar membuka-buka aplikasi *instagram* bukan untuk dijadikan tempat untuk melakukan presentasi diri tetapi hanya sekedar melakukan komunikasi interpersonal. Hasil penelitian Ting (2014) pengguna *instagram* kebanyakan termotivasi untuk menggunakan menggunakan *instagram* yaitu untuk melakukan komunikasi interpersonal ($M=3.55$) misalnya mencari tahu apa yang orang lain lakukan dan untuk tetap berhubungan dengan teman-teman. Selain itu mencari informasi terkait suatu berita ataupun mencari tau perkembangan artis yang di idolakan, membeli suatu produk seperti *fashion* kecantikan, maupun elektronik. Seperti kita ketahui bersama *instagram* tidak hanya sebagai media komunikasi yang digunakan individu untuk berbagai foto/video, tetapi *instagram* juga dijadikan sebagai saran jual beli suatu barang, sehingga banyak orang yang menjual produk ataupun memperkenalkan produk jualannya di *instagram*.

Jumlah pengikut di *instagram* yang tidak disertakan dalam penelitian ini membuat hasil penelitian berbeda dengan sebelumnya. Ting (2014) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara penggunaan *instagram* dan jumlah *followers* di *instagram* yang berarti seseorang akan lebih sering mempresentasikan dirinya di

instagram ketika memiliki lebih *followers* di *instagram*. Jika pengguna *instagram* memiliki lebih banyak *followers*, akan lebih mungkin bagi mereka untuk mendapatkan perhatian, pendengaran, dan dukungan dari orang lain. Sehingga mereka cenderung lebih terlibat dalam kegiatan di *instagram* untuk mendapatkan lebih banyak *followers* dan menimbulkan kepuasan. Dengan kata lain, ketika seseorang telah memperoleh kepuasan dan memenuhi kebutuhan mereka di *instagram*, mereka akan terlibat dalam penggunaan frekuensi yang lebih tinggi.

Data yang diperoleh mengenai presentasi diri pada pengguna *instagram* memiliki kategori presentasi diri sedang sebesar 79%, yang artinya mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang rata-rata memiliki presentasi diri yang sedang. Fiske dan Taylor (dalam Susandi, 2014) seseorang dengan presentasi diri yang sedang maka individu cenderung membuat kesan yang membingungkan orang lain, dimana individu dalam waktu tertentu terlihat baik dan peduli namun di lain waktu individu terlihat cuek dan tidak peduli dengan sekitar.

Perbedaan rata-rata skor uji beda antara presentasi diri dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan sebesar 0.99. Hasil ini menunjukkan bahwa presentasi diri pada laki-laki ($M=45.88$) lebih besar dari presentasi diri pada perempuan ($M= 44.89$). Manago, Graham, Greenfield, & Salimkhan (2008) menunjukkan bahwa ada peningkatan tekanan remaja laki-laki untuk menampilkan daya tarik fisik mereka di *MySpace*, laki-laki cenderung menggambarkan diri mereka di *MySpace* menurut norma-norma stereotip maskulinitas untuk mewujudkan kekuatan dan kekuasaan.

Hasil sebuah studi diketahui bahwa baik laki-laki maupun perempuan memiliki harga diri yang tinggi di masa kanak-kanak, meskipun demikian harga diri mereka cenderung turun secara drastis selama masa remaja (Robins dkk., 2002 dalam Santrock 2012). Hal ini dikuatkan dengan hasil penelitian dimana harga diri rata-rata subjek memiliki harga diri yang rendah sebanyak 58%, yang artinya mahasiswa di UMM rata-rata memiliki harga diri yang rendah. Psikolog klinis dan direktur Light House Arabia di Dubai mengatakan bahwa *posting* gambar diri secara *online* adalah sifat dari harga diri yang rendah (Gulf News, 2015). Harga diri diperoleh tergantung pada pengakuan dan penilaian yang diperoleh dari gambar yang diposting ke situs media sosial. Meskipun *posting* gambar diri sendiri secara *online* dapat menyebabkan harga diri yang rendah, beberapa mungkin berpendapat bahwa narsis dapat membuat orang merasa baik terhadap dirinya.

Berdasarkan penelitian di atas, Coopersmith, 1967 (dalam Henggaryadi & Fakhurrozi, 2008) seseorang yang memiliki harga diri rendah adalah individu tidak percaya diri, tidak menghargai diri sendiri, gampang putus asa, kurang berusaha dan adanya kecenderungan berorientasi pada kegagalan. Selain itu, orang dengan harga diri rendah lebih cemas secara sosial, tertutup, dan pemalu daripada orang dengan harga diri tinggi (Leary & MacDonald, 2003).

Berdasarkan analisis uji beda yang dilakukan untuk mengetahui perbedaan harga diri pada laki-laki dan perempuan. Rosenberg & Simmons (dalam Steinberg, 1999) bahwa remaja putri memiliki harga diri yang rendah, tingkat kesadaran diri mereka tinggi dan citra diri mereka mudah terganggu dibandingkan remaja putra. Tetapi hasil pengelolaan data tidak ditemukan perbedaan yang signifikan tingkat harga diri

antara laki-laki maupun perempuan. Hal ini disebabkan perbandingan yang tidak seimbang antara jumlah responden laki-laki dan perempuan.

Adi & Yudiati (2009) menjelaskan hasil penelitiannya dimana terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan kecenderungan narsisme pada pengguna *friendster*, semakin rendah harga diri, maka semakin tinggi pula kecenderungan narsisme pada pengguna *friendster*, sebaliknya semakin tinggi harga diri, maka semakin rendah pula kecenderungan narsisme pada pengguna *friendster*. Pengguna *friendster* dengan kecenderungan narsisme menganggap dirinya paling sempurna dan berarti dibanding orang lain, sulit menghargai orang lain, dan hanya mau berteman dengan seseorang jika dalam konteks hubungan relasi yang menguntungkan bagi dirinya saja. Pada umumnya dalam diri seseorang terdapat kecenderungan mengagumi diri sendiri. Hal ini berkaitan dengan harga diri. Orang yang merasakan adanya hal-hal positif dalam dirinya sendiri tentu saja akan menyukai diri sendiri dan mengembangkan perasaan bahwa dirinya berharga. Hal ini memberikan ketenangan batin dan merupakan sumber bagi kesehatan mental. Jadi, mengagumi diri sendiri dalam batas tertentu justru merupakan indikasi kesehatan mental.

Temuan dalam penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya. Hasil penelitian tidak menunjukkan hubungan antara harga diri dan presentasi diri pada pengguna *instagram*. Zhang (2015) menemukan bahwa harga diri berhubungan dengan presentasi diri pada situs jejaring sosial *facebook*. Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang negatif, ketika harga diri individu rendah, maka semakin tinggi presentasi diri yang dilakukan individu di *facebook*. Temuan dari penelitian ini dapat berbeda karena penelitian sebelumnya dilakukan di negara Amerika Serikat yang sangat berbeda dengan budaya di Indonesia. Becker (2014) Sebuah survei yang dilakukan lebih dari 5.000 remaja dan dewasa muda, mencakup 20 negara di Timur dan Eropa Barat, Timur Tengah, Amerika Selatan, Afrika dan Asia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden mendasarkan diri mereka bukan pada nilai-nilai pribadi atau tidak ada pengaruh pada diri mereka, tetapi pada pemenuhan prioritas nilai individu lain dalam lingkungan budaya mereka. Survei tertutup sekitar 200 murid sekolah menengah di masing-masing negara antara 16 dan 17 tahun. Peneliti mencatat bahwa harga diri didasarkan, di semua budaya, pada empat faktor utama yaitu mengendalikan hidup seseorang, melakukan kewajiban sendiri, manfaat lain dan mencapai status sosial.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Hasil perhitungan statistik nonparametrik dengan menggunakan teknik korelasi *Spearman's rho* diperoleh hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0.092; (p) = 0.089 ($p > 0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna jejaring sosial *instagram*. Tingkat harga diri dengan presentasi diri pada pengguna *instagram* tergolong tinggi, sedangkan tingkat presentasi diri dengan harga diri pada pengguna *instagram* tergolong sedang.

Implikasi dari penelitian ini bagi pengguna *instagram*, walaupun hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna *instagram*, namun harga diri pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang tergolong rendah. Untuk itu disarankan bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang, banyak hal yang dapat dilakukan dalam meningkatkan harga diri diantaranya bersosialisasi dengan tetangga ataupun lingkungan terdekat, mengikuti berbagai kegiatan organisasi di kampus, mengenali segala kelebihan dan kekurangan yang ada pada diri setiap individu, dan menghargai setiap hasil usaha yang dilakukan meskipun hanya sederhana.

Bagi peneliti selanjutnya agar lebih menspesifikasikan subjek penelitian misalnya frekuensi dalam menggunakan *instagram* dalam sehari, dan jumlah *followers* subjek penelitian. Pada penelitian ini pengguna *instagram* adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang menjadi kelompok utama yang diselidiki, untuk peneliti selanjutnya mungkin dapat melampaui populasi perguruan tinggi atau universitas. Selain itu peneliti selanjutnya juga dapat meneliti faktor lain yang memiliki hubungan dengan presentasi diri diantaranya *extraversion*, *self-efficacy*, *mood*, *narsisme* dan *self concept*. Kemudian untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat, peneliti bisa melakukan penelitian dengan metode kualitatif.

REFERENSI

- Abarado, M. L. (2015). "A Study of the Relationships between Self-esteem, Narcissism and Social Anxiety with Facebook and Internet Use among College Students", Skripsi Fakultas Psikologi Dublin Business School, School of Arts, Dublin.
- Adi, P. S., & Yudiati, E. A. (2009). Harga Diri dan Kecenderungan Narsisme Pada Pengguna Friendster. *Jurnal Psikologi*, 3 (1).
- Aliana, S. S. (2015). *Wanita ini babak belur dipukuli teman kencan online*. Diakses 20 Februari 2017 melalui <http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/586439-wanita-ini-babak-belur-dipukuli-teman-kencan-online>.
- Amini, N. (2015). "Konsep Diri Ideal Dan Konsep Diri Aktual Pengguna *Instagram* Pada Mahasiswa Uin Maulana Malik Ibrahim Malang Dan Universitas Brawijaya", Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Anggraeni, L. (2016). *Instagram Tanam 2 Fitur Baru di Stories*. Diakses 14 Februari 2017 melalui <http://teknologi.metrotvnews.com/read/2016/12/21/631123/instagram-tanam-2-fitur-baru-di-stories>.
- Alwisol. (2004). *Psikologi Kepribadian*. Malang. Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.

- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi* (2nd ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- _____ (2004). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bakhishi, S., Gilbert, E. Kennedy, L., & Shamma, DA. (2015). Why We Filter Our Photos and How It Impact Engagement. *Journal of Association for the Advancement of Artificial Intelligence*, Diakses 14 Februari melalui <http://comp.social.gatech.edu/papers/icwsm15.why.bakhshi.pdf>.
- Banczyk, B., Krämer, N., & Senokozlieva, M. (2008). *The wurst” meets “Fatless” in MySpace: The relationship between self-esteem, personality and self-presentation in an online community*. Paper presented at the annual meeting of the TBA, Montreal, Quebec, Canada, May 21.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2003). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga
- Becker, M. (2014). Cultural bases for Self-Evaluation: Seeing Oneself Positively in Different Cultural Contexts. *Journal of Personality and Social Psychology Bulletin*. Diakses 2 April 2017 melalui <http://journals.sagepub.com/sci-hub.cc/doi/10.1177/0146167214522836>.
- Bortree, D. (2005). Presentation of self on the Web: An ethnographic study of teenage girls' weblogs. *Journal of Education, Communication and Information*, 5(1), 25-39.
- Botha, C. (2014). *FHM "Girls": Sexy Self-Representation in Contemporary South African Media*. Master Thesis, Program Pascasarjana University of the Witwatersrand.
- Brown, G. D. A., Neath, I., & Chater, N. (2007). A temporal ratio model of memory. *Journal of Psychological Review*, 114, 539-576.
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Journal of Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1303-1314.
- Bushman, B. J., & Baumeister, R. F. (2011). *Social Psychology and Human Nature*. Canada: Wadsworth Cengage Learning.
- Cast, A. D., & Burke, P. J. (2002). A Theory of Self-Esteem. . *Journal of Social Forces*, 80, 1041-1068.
- Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. (2009). Information control and disclosure on Facebook: Are they two sides of the same coin or two different processes?. *Journal of Cyberpsychology and Behavior*, 12, 1–5.

- Collins, R. D & Stukas, A. A. (2008). Narcissism and Self-presentation: The Moderating Effects of Accountability and Contingencies on Self-worth. *Journal of Research in Psychology*, 42, 1629-1634.
- Coopersmith, S. (2007). *The Antecedents of Self-Esteem*. Amerika Serikat: Consulting Psychologists Press.
- Dayakisni, T., & Hudaniah. (2009). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Delameter, J. D., & Myer, D. J. (2007). *Social psychology*. American: Thomson Wadsworth.
- Ellison, N. B., Steinfeld, C., and Lempe, C. (2008). The benefits of Facebook "friends" : Social Capital and College Students Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer Mediated Communication*, 12(4). Diakses 29 Maret 2017 melalui <http://onlinelibrary.wiley.com/sci-hub.cc/doi/10.1111/j.1083>.
- Henggaryadi, Galuh & Fakhurrozi, M. (2008). "Relationship Between Body Image and Self-Esteem in Adolescent Men Taking Exercise". *Journal of Faculty of Psychology Gunadarma University*.
- Hill, A., & Denman L. (2016). Adolescent Self Esteem and Instagram: An Examination of Posting Behaviors. *Journal of Communication Research*. Diakses 2 Maret 2017 melalui <http://comjournal.csp.edu/wp-content/uploads/sites/16/2016/07/Instagram-paper.pdf>.
- Ellison, N. B., Heino, R., and Gibbs, J. (2006). Managing Impression Online: Self-presentation Processes in the Online dating Environmnet. *Journal of Computer-Mediated Communication* 11. Diakses 22 Februari 2017 melalui <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x/epdf>.
- Fazriyati, W. (2013). *Perilaku di Facebook Cermin Masalah Penerimaan Diri*. Diakses 8 Februari 2017 melalui <http://health.kompas.com/read/2013/09/18/1625487/Perilaku.di.Facebook.Cermin.Masalah.Penerimaan.Diri>.
- Feldman, R.S. (1995). *Social Psychology*. New Jersey: A Simaon & Schuster Company. Englewood Cliffs.
- Forest, A. L., Wood, J. V. (2011). When Social Networking Is Not Working. *Journal of Psychological Science*, 645-669.
- Franzoi, S.L. (2003). *Social Psychology*. (3th Ed). New York: McGraw Hill.
- Gentile, B., Twenge, J. M., Freeman, E. C., & Campbell, W. K. (2012). The effect of social networking websites on positive self-views: An experimental investigation. *Journal of Computers in Human Behavior*, 28, 1929-1933.

- Mitra, A. (2010). Creating a presence on social networks via narbs. *Journal of Global Media*, 9 (16).
- Ningrum, D. W (2014). *Demi selfie cantik, triana operasi plastik ratusan juta rupiah*. Diakses 20 Februari 2017 melalui <http://tekno.liputan6.com/read/2042789/demi-selfie-cantik-triana-operasi-plastik-ratusan-juta-rupiah>.
- Oeldorf-Hirsch, A. & Sundar, S. (2010) *Online photo sharing as mediated communication*. Diakses 25 Januari 2017 melalui https://www.academia.edu/4022206/Online_Photo_Sharing_as_Mediated_Communication.
- Oetomo, D., Sutodjo, B., dkk. (2007). *Pengantar Teknologi Informasi Internet, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- O’Keeffe, G. S., & Pearson, K. C. (2011). Clinical report: the impact of social media on children, adolescent and families. *Journal of the American Academy of Pediatrics*, 127 (4), 800 – 804
- Rahmania, & Yuniar, I. (2012). Hubungan antara Self-Esteem dan Kecenderungan Body Dysmorphic Disorder pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, 1. Diakses 23 Februari 2017 melalui http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/110810014_9v.pdf.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press. Diakses 6 April 2016 melalui http://fetzer.org/sites/default/files/images/stories/pdf/selfmeasures/Self_Measures_for_Self-Esteem_ROSENBERG_SELF-ESTEEM.pdf.
- Rovai, A. P., Baker, J. D., & Ponton, M. K. (2013). *Social science research design and statistics: second edition*. Virginia: Watertree Press
- Rizqa, T. (2010). “Harga Diri (*self esteem*) pada Anggota GFF (*Garuda Frequent Flyer*) ” Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang (Perpus Universitas Muhammadiyah Malang)
- Salmela-Aro, K., & Nurmi, J-E. (2007). Self-esteem during university studies predicts career characteristics 10 years later. *Journal of Vocational Behavior*, 70. 463-477.
- Santrock, John W. (2012). *Life-span Development*. 13th Edition. University of Texas, Dallas : Mc Graw-Hill
- Schwarz, O. (2010). On friendship, boobs, and the logic of the catalogue: Online self-portraits as a means for the exchange of capital. *Journal of Convergence*, 16(2), 163-183.
- Steinberg, L. D. (1999). *Adolescence 5th edition*. USA: McGraw Hill.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Susandi, D.O. (2014). “Hubungan antara Harga Diri dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Jejaring Sosial *Facebook*”, Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ting, C. (2014), “A Study of Motives, Usage, Self-presentation and Number of Followers on Instagram”, *SS Student E-Journal*. 3. Dikases 15 Februari 2017 melalui <http://ssweb.cityu.edu.hk/download/RS/E-Journal/Vol3/journal1.pdf>.
- Trammell, K. and Keshelashvili, A. (2005). Examining the New influencers: A Self-presentation Study of a-list Blogs. *Journal of Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82, 968-982.
- Trzesniewski, K. H., Donnellan, M. B., Moffitt, T.E., Robins, R. W., Poulton, R., & Caspi, A. (2006). Low self-esteem during adolescence predicts poor health, criminal behavior, and limited economic prospects during adulthood. *Journal of Developmental Psychology*, 42, 381-390.
- Utz, S., Tanis, M., & Vermeulen, I. (2012). It is all about being popular: The effects of need for popularity on social network site use. *Journal of Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 37–42.
- Wong, W. K. W. (2012). Faces on Facebook: a Study of Self Presentation and Social Support on Facebook. *SS student e-journal*, 1. Diakses 15 Februari 2017 melalui <http://ssweb.cityu.edu.hk/download/RS/E-Journal/Vol3/journal1.pdf>.
- Zhang, H. (2015). Gender, Personality, and Self Esteem as Predictors of Social Media Presentation. Master Thesis, Program Pascasarjana East Tennessee State University, Amerika Serikat.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Sebaran Item-item Instrumen Penelitian

No. Item	Pernyataan
1.	Secara keseluruhan, saya puas dengan diri saya sendiri
2.	Terkadang saya pikir saya tidak baik dalam melakukan banyak hal
3.	Saya merasa bahwa saya memiliki kualitas yang baik
4.	Saya mampu melakukan hal-hal dibanding kebanyakan orang lain
5.	Saya merasa saya tidak punya banyak yang bisa dibanggakan
6.	Saya selalu merasa tidak berguna
7.	Saya merasa bahwa saya orang yang berharga
8.	Saya berharap saya lebih sering menghargai diri sendiri
9.	Dalam semua hal, saya cenderung berpikir bahwa saya pasti gagal
10.	Saya memiliki sikap positif terhadap diri sendiri
11.	Saya sering memberikan ucapan selamat ulang tahun kepada teman di <i>instagram</i>
12.	Saat marah dengan seseorang, saya mengungkapkannya di <i>instagram</i>
13.	Saya meminta bantuan teman di <i>instagram</i> untuk memberikan solusi atas masalah yang saya hadapi
14.	Saya memberikan selamat kepada pemimpin yang baru dilantik melalui <i>instagram</i>
15.	Saat tidak dapat menghadiri sebuah acara, saya membagikan foto/video di <i>snapgram</i> mengenai hambatan yang harus dihadapi
16.	Saya seringkali menunjukkan hasil kerja saya di <i>instagram</i>
17.	Melalui <i>instagram</i> saya selalu melakukan update mengenai prestasi yang didapatkan
18.	Saya membalas setiap komentar <i>followers</i> di akun <i>instagram</i> saya agar tercipta pertemanan yang baik
19.	Saya senang memberikan <i>like</i> ataupun komentar yang baik kepada <i>followers</i> di <i>instagram</i>
20.	Saya akan membagikan foto/video yang tidak disukai oleh orang lain untuk menakut-takutinya
21.	Saat sedang sakit, saya mengungkapkan dengan membagikan foto/video melalui <i>instagram</i>
22.	Saya seringkali membagikan foto/video yang berhubungan dengan peristiwa terkini
23.	Saya merasa cemas ketika orang-orang mengupload foto yang kurang baik mengenai saya di <i>instagram</i>
24.	Saya seringkali membagikan foto/video saat sedang melakukan kegiatan belajar
25.	Saya membuat alasan tidak dapat menghadiri suatu kegiatan tertentu dengan membagikan foto/video di <i>snapgram</i>
26.	Saya tidak ingin banyak orang lain yang mengetahui kegiatan yang saya lakukan
27.	Saya selalu mengunggah foto-foto terbaik saya di <i>instagram</i>

28.	Saya membagikan foto terbaik yang saya miliki di <i>instagram</i> untuk mendapat pujian dari orang lain
-----	---



Lampiran 2. Contoh Bentuk Penyebaran Item-Item Instrumen Penelitian

Assalamualaikum. Wr. Wb

Dalam rangka menyelesaikan studi S1, Saya Putri Handayani Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan tahun 2013 sedang melakukan penelitian. Oleh karena itu saya mengharapkan bantuan saudara/i untuk dapat bekerja sama memberikan keterangan dan penilaian pada pernyataan-pernyataan yang ada dibawah ini berdasarkan diri saudara/i. Adapun karakteristik subjek penelitian sebagai berikut : (1) Mahasiswa yang sedang melakukan studi S1 di Universitas Muhammadiyah Malang (2) Laki-laki maupun perempuan berusia 16-25 tahun (3) Memiliki *gadget/smartphone* (4) Memiliki akun *instagram* (5) Aktif menggunakan *instagram*, mengupload atau membagikan foto/video di *instagram* dan memberikan komentar atau tanggapan pada akun lain setiap hari atau setidaknya minimal seminggu sekali. Apabila saudara/i termasuk dalam semua kategori tersebut, silahkan melanjutkan untuk mengisi skala penelitian tersebut. Semua keterangan dan jawaban yang saudara/i berikan akan dijamin kerahasiaannya dan digunakan sebaik-baiknya hanya untuk kepentingan penelitian ini. Sebelumnya saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kerjasama yang baik ini.

Peneliti

Putri Handayani (201310230311081)

Nama/Inisial :

Jenis Kelamin :

Usia :

Berikan tanda (X) pada setiap jawaban yang sesuai dengan diri saudara/i !

1. Apakah saudara/i memiliki akun *instagram*?
 - a. Ya (Lanjut pertanyaan selanjutnya)
 - b. Tidak
2. Sejak kapan saudara/i mempunyai *instagram*?
 - a. < 1 tahun
 - b. > 1 tahun – 4 tahun
 - c. > 5 tahun
 - d. Lain-lain
3. Seberapa sering saudara/i mengupload foto/video melalui *instagram*?
 - a. < 1 jam sekali
 - b. 1 – 5 jam sekali
 - c. > 5 jam sekali
 - d. Lain-lain
4. Kepada siapa saudara/i memberikan komentar atau tanggapan di *instagram*?
 - a. Setiap foto/video yang di *upload* oleh pengguna lain
 - b. Setiap foto/video yang menarik
 - c. Orang yang akrab
 - d. Lain-lain

PETUNJUK PENGISIAN

1. Baca dan pahami setiap pernyataan yang ada.
2. Kemudian pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan diri teman-teman dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom yang telah disediakan.
3. Pilihan jawabannya adalah:

SS : Sangat Setuju TS : Tidak Setuju
S : Setuju STS : Sangat Tidak Setuju

Apabila ingin memperbaiki jawaban, berilah tanda sama dengan (=) pada pilihan jawaban yang salah, kemudian beri tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang baru.

4. Contoh pengisian

- a. Secara keseluruhan, saya puas dengan diri saya sendiri

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*Ket: Apabila saudara/i memberikan tanda centang (✓) pada kolom S, maka berarti saudara/i merasa pernyataan “Secara keseluruhan, saya puas dengan diri saya sendiri” setuju dengan diri saudara/i.

5. Jawablah secara jujur karena tidak ada jawaban yang salah.
6. Sebelum saudara/i menyerahkan lembar ini, harap periksa kembali agar tidak ada pernyataan yang terlewatkan.
7. Jawaban saudara/i akan terjaga kerahasiannya.
8. Selamat mengerjakan.

Good Luck ☺

BAGIAN A

1. Secara keseluruhan, saya puas dengan diri saya sendiri

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Terkadang saya pikir saya tidak baik dalam melakukan banyak hal

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Saya merasa bahwa saya memiliki kualitas yang baik

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Saya mampu melakukan hal-hal dibanding kebanyakan orang lain

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Saya merasa saya tidak punya banyak yang bisa dibanggakan

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Saya selalu merasa tidak berguna

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Saya merasa bahwa saya orang yang berharga

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Saya berharap saya lebih sering menghargai diri sendiri

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Dalam semua hal, saya cenderung berpikir bahwa saya pasti gagal

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Saya memiliki sikap positif terhadap diri sendiri

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BAGIAN B

1. Saya sering memberikan ucapan selamat ulang tahun kepada teman di *instagram*
SS ☐ S ☐ TS ☐ STS ☐
2. Saat marah dengan seseorang, saya mengungkapkannya di *instagram*
SS ☐ S ☐ TS ☐ STS ☐
3. Saya meminta bantuan teman di *instagram* untuk memberikan solusi atas masalah yang saya hadapi
SS ☐ S ☐ TS ☐ STS ☐
4. Saya memberikan selamat kepada pemimpin yang baru dilantik melalui *instagram*
SS ☐ S ☐ TS ☐ STS ☐
5. Saat tidak dapat menghadiri sebuah acara, saya membagikan foto/video di *snapgram* mengenai hambatan yang harus dihadapi
SS ☐ S ☐ TS ☐ STS ☐
6. Saya seringkali menunjukkan hasil kerja saya di *instagram*
SS ☐ S ☐ TS ☐ STS ☐
7. Melalui *instagram* saya selalu melakukan update mengenai prestasi yang didapatkan
SS ☐ S ☐ TS ☐ STS ☐
8. Saya membalas setiap komentar *followers* di akun *instagram* saya agar tercipta pertemanan yang baik
SS ☐ S ☐ TS ☐ STS ☐
9. Saya senang memberikan *like* ataupun komentar yang baik kepada *followers* di *instagram*
SS ☐ S ☐ TS ☐ STS ☐

10. Saya akan membagikan foto/video yang tidak disukai oleh orang lain untuk menakut-takutinya
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
11. Saat sedang sakit, saya mengungkapkan dengan membagikan foto/video melalui *instagram*
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
12. Saya seringkali membagikan foto/video yang berhubungan dengan peristiwa terkini
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
13. Saya merasa cemas ketika orang-orang mengupload foto yang kurang baik mengenai saya di *instagram*
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
14. Saya seringkali membagikan foto/video saat sedang melakukan kegiatan belajar
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
15. Saya membuat alasan tidak dapat menghadiri suatu kegiatan tertentu dengan membagikan foto/video di *snapgram*
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
16. Saya tidak ingin banyak orang lain yang mengetahui kegiatan yang saya lakukan
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
17. Saya selalu mengunggah foto-foto terbaik saya di *instagram*
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
18. Saya membagikan foto terbaik yang saya miliki di *instagram* untuk mendapat pujian dari orang lain
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Lampiran 3. Contoh Pengisian Item-Item Instrumen Penelitian

Assalamualaikum. Wr. Wb

Dalam rangka menyelesaikan studi S1, Saya Putri Handayani Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan tahun 2013 sedang melakukan penelitian. Oleh karena itu saya mengharapkan bantuan saudara/i untuk dapat bekerja sama memberikan keterangan dan penilaian pada pernyataan-pernyataan yang ada dibawah ini berdasarkan diri saudara/i. Adapun karakteristik subjek penelitian sebagai berikut : (1) Mahasiswa yang sedang melakukan studi S1 di Universitas Muhammadiyah Malang (2) Laki-laki maupun perempuan berusia 16-25 tahun (3) Memiliki *gadget/smartphone* (4) Memiliki akun *instagram* (5) Aktif menggunakan *instagram*, mengupload atau membagikan foto/video di *instagram* dan memberikan komentar atau tanggapan pada akun lain setiap hari atau setidaknya minimal seminggu sekali. Apabila saudara/i termasuk dalam semua kategori tersebut, silahkan melanjutkan untuk mengisi skala penelitian tersebut. Semua keterangan dan jawaban yang saudara/i berikan akan dijamin kerahasiaannya dan digunakan sebaik-baiknya hanya untuk kepentingan penelitian ini. Sebelumnya saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kerjasama yang baik ini.

Peneliti

Putri Handayani (201310230311081)

Nama/Inisial : R

Jenis Kelamin : L

Usia : 20

Berikan tanda (X) pada setiap jawaban yang sesuai dengan diri saudara/i !

1. Apakah saudara/i memiliki akun *instagram*?
☒ a. Ya (Lanjut pertanyaan selanjutnya)
☐ b. Tidak
2. Sejak kapan saudara/i mempunyai *instagram*?
a. < 1 tahun
☒ b. > 1 tahun – 4 tahun
c. > 5 tahun
d. Lain-lain
3. Seberapa sering saudara/i mengupload foto/video melalui *instagram*?
a. < 1 jam sekali
b. 1 – 5 jam sekali
☒ c. > 5 jam sekali
d. Lain-lain
4. Kepada siapa saudara/i memberikan komentar atau tanggapan di *instagram*?
☒ a. Setiap foto/video yang di *upload* oleh pengguna lain
b. Setiap foto/video yang menarik
c. Orang yang akrab
d. Lain-lain

PETUNJUK PENGISIAN

1. Baca dan pahami setiap pernyataan yang ada.
2. Kemudian pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan diri teman-teman dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom yang telah disediakan.

3. Pilihan jawabannya adalah:

SS : Sangat Setuju TS : Tidak Setuju
S : Setuju STS : Sangat Tidak Setuju

Apabila ingin memperbaiki jawaban, berilah tanda sama dengan (=) pada pilihan jawaban yang salah, kemudian beri tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang baru.

4. Contoh pengisian

Secara keseluruhan, saya puas dengan diri saya sendiri

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*Ket: Apabila saudara/i memberikan tanda centang (✓) pada kolom S, maka berarti saudara/i merasa pernyataan “Secara keseluruhan, saya puas dengan diri saya sendiri” setuju dengan diri saudara/i.

5. Jawablah secara jujur karena tidak ada jawaban yang salah.
6. Sebelum saudara/i menyerahkan lembar ini, harap periksa kembali agar tidak ada pernyataan yang terlewatkan.
7. Jawaban saudara/i akan terjaga kerahasiannya.
8. Selamat mengerjakan.

Good Luck ☺

BAGIAN A

1. Secara keseluruhan, saya puas dengan diri saya sendiri

SS	S	TS	STS
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Terkadang saya pikir saya tidak baik dalam melakukan banyak hal

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Saya merasa bahwa saya memiliki kualitas yang baik

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Saya mampu melakukan hal-hal dibanding kebanyakan orang lain

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Saya merasa saya tidak punya banyak yang bisa dibanggakan

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Saya selalu merasa tidak berguna

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

7. Saya merasa bahwa saya orang yang berharga

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Saya berharap saya lebih sering menghargai diri sendiri

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Dalam semua hal, saya cenderung berpikir bahwa saya pasti gagal

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

10. Saya memiliki sikap positif terhadap diri sendiri

SS	S	TS	STS
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BAGIAN B

1. Saya sering memberikan ucapan selamat ulang tahun kepada teman di *instagram*

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2. Saat marah dengan seseorang, saya mengungkapkannya di *instagram*

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Saya meminta bantuan teman di *instagram* untuk memberikan solusi atas masalah yang saya hadapi

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Saya memberikan selamat kepada pemimpin yang baru dilantik melalui *instagram*

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Saat tidak dapat menghadiri sebuah acara, saya membagikan foto/video di *snapgram* mengenai hambatan yang harus dihadapi

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6. Saya seringkali menunjukkan hasil kerja saya di *instagram*

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Melalui *instagram* saya selalu melakukan update mengenai prestasi yang didapatkan

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8. Saya membalas setiap komentar *followers* di akun *instagram* saya agar tercipta pertemanan yang baik

SS	S	TS	STS
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Saya senang memberikan *like* ataupun komentar yang baik kepada *followers* di *instagram*

SS	S	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Saya akan membagikan foto/video yang tidak disukai oleh orang lain untuk menakut-takutinya
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
11. Saat sedang sakit, saya mengungkapkan dengan membagikan foto/video melalui *instagram*
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
12. Saya seringkali membagikan foto/video yang berhubungan dengan peristiwa terkini
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
13. Saya merasa cemas ketika orang-orang mengupload foto yang kurang baik mengenai saya di *instagram*
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
14. Saya seringkali membagikan foto/video saat sedang melakukan kegiatan belajar
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
15. Saya membuat alasan tidak dapat menghadiri suatu kegiatan tertentu dengan membagikan foto/video di *snagram*
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
16. Saya tidak ingin banyak orang lain yang mengetahui kegiatan yang saya lakukan
- | | | | |
|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
17. Saya selalu mengunggah foto-foto terbaik saya di *instagram*
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
18. Saya membagikan foto terbaik yang saya miliki di *instagram* untuk mendapat pujian dari orang lain
- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| SS | S | TS | STS |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

Lampiran 4. Blue Print Skala Rosenberg Self-Esteem

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		Fav	Unf	
Penerimaan diri	a. Menerima diri apa adanya b. Puas dengan dirinya c. Disegani orang d. Diri yang bermanfaat e. Mengganggap dirinya memiliki banyak kelebihan	2, 6, 7, 8	9, 10	6
Penghormatan diri	a. Dapat melakukan apa yang orang lain dapat lakukan b. Merupakan orang berhasil	1, 4	3, 5	4

Lampiran 5. Blue Print Skala Presentasi Diri

Aspek	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
Ingratiation	1, 2, 13, 14, 24, 25, 32	33	8
Intimidation	3, 4, 15	16, 26	5
Supplification	5, 17	6	3
Exemplification	7, 8, 18, 27	19	5
Self Handicapping	9, 10, 21, 28, 29	20	6
Self Promotion	11, 12, 23, 31	22, 30	6

Lampiran 6. Tabel Hasil Validitas Item-Item pada Instrumen Presentasi Diri

No	Pernyataan
1.	* Melihat foto/video teman yang sedang sakit, saya menunjukkan perhatian dengan memberikan komentar yang baik
2.	Saya sering memberikan ucapan selamat ulang tahun kepada teman di <i>instagram</i>
3.	* Saya pernah memberikan <i>tag</i> pada foto/video kepada pengguna akun lain mengenai hal yang tidak disukainya melalui <i>instagram</i>
4.	Saat marah dengan seseorang, saya mengungkapkannya di <i>instagram</i>
5.	Saya meminta bantuan teman di <i>instagram</i> untuk memberikan solusi atas masalah yang saya hadapi
6.	*Saya menunjukkan kelemahan saya di <i>instagram</i> untuk mendapatkan simpati dari teman
7.	*Saya seringkali membagikan foto/video mengenai informasi yang bermanfaat untuk orang banyak di <i>instagram</i>
8.	Saya memberikan selamat kepada pemimpin yang baru dilantik melalui <i>instagram</i>
9.	*Saya lebih menyenangi hubungan dengan orang di <i>instagram</i> daripada di dunia nyata
10.	Saat tidak dapat menghadiri sebuah acara, saya membagikan foto/video di <i>snappgram</i> mengenai hambatan yang harus dihadapi
11.	Saya seringkali menunjukkan hasil kerja saya di <i>instagram</i>
12.	Melalui <i>instagram</i> saya selalu melakukan update mengenai prestasi yang didapatkan
13.	Saya membalas setiap komentar <i>followers</i> di akun <i>instagram</i> saya agar tercipta pertemanan yang baik
14.	Saya senang memberikan <i>like</i> ataupun komentar yang baik kepada <i>followers</i> di <i>instagram</i>
15.	Saya akan membagikan foto/video yang tidak disukai oleh orang lain untuk menakut-takutinya
16.	*Saya membiarkan saat pengguna akun lain memberikan komentar buruk pada foto/video saya
17.	Saat sedang sakit, saya mengungkapkan dengan membagikan foto/video melalui <i>instagram</i>
18.	Saya seringkali membagikan foto/video yang berhubungan dengan peristiwa terkini
19.	*Saya mendoakan teman saya yang mengalami musibah dengan membagikan foto/video di <i>instagram</i>
20.	*Saya mengabaikan foto/video yang dibagikan orang lain pada akun <i>instagram</i> milik saya
21.	Saya merasa cemas ketika orang-orang mengupload foto yang kurang baik mengenai saya di <i>instagram</i>
22.	*Prestasi yang saya dapatkan tidak perlu ditunjukkan di <i>instagram</i>
23.	Saya seringkali membagikan foto/video saat sedang melakukan kegiatan belajar
24.	*Saya suka menuliskan <i>caption</i> menggunakan kata-kata bijak pada foto yang di unggah di akun <i>instagram</i>

No	Pernyataan
25.	*Saya menjaga masalah pribadi teman di <i>instagram</i>
26.	*Pengguna akun lain di <i>instagram</i> tidak merasa terganggu dengan kehadiran foto/video yang saya bagikan
27.	*Ketika teman membagikan foto/video mengenai penggalangan dana kepada orang yang tidak mampu, saya akan membantu dengan memposting kembali ke <i>instagram</i> milik saya
28.	*Saya kurang puas jika hanya berhubungan dengan teman melalui <i>instagram</i>
29.	Saya membuat alasan tidak dapat menghadiri suatu kegiatan tertentu dengan membagikan foto/video di <i>snapgram</i>
30.	Saya tidak ingin banyak orang lain yang mengetahui kegiatan yang saya lakukan
31.	Saya selalu mengunggah foto-foto terbaik saya di <i>instagram</i>
32.	Saya membagikan foto terbaik yang saya miliki di <i>instagram</i> untuk mendapat pujian dari orang lain
33.	*Melalui <i>instagram</i> , saya menunjukkan diri saya apa adanya

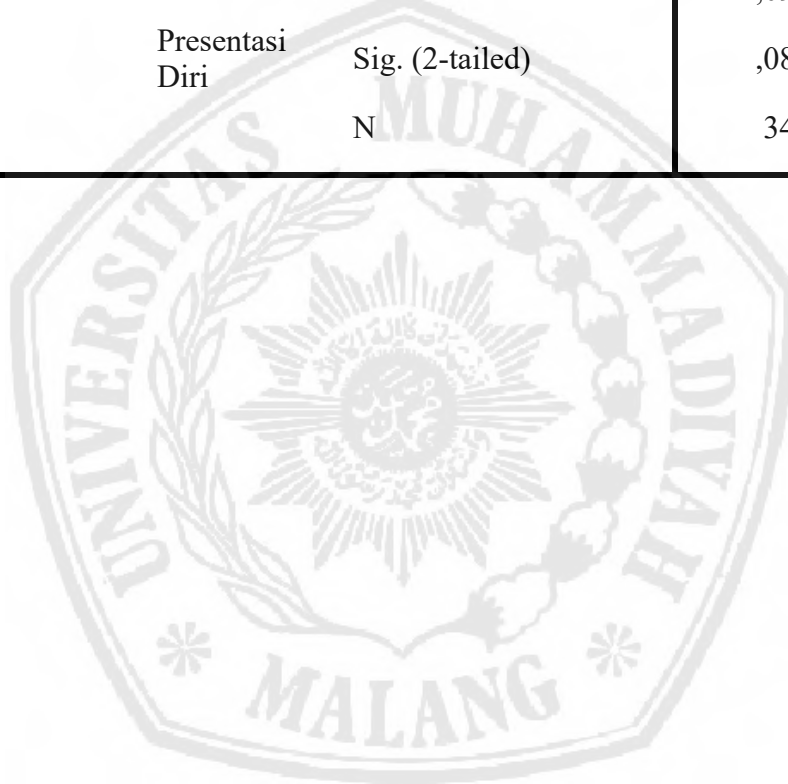
Tanda * menandakan item yang gugur/tidak valid



Lampiran 7. Output Uji Korelasi *Spearman's rho* Menggunakan SPSS Versi 21

Correlations

			Harga Diri	Presentasi Diri
Spearman's rho	Harga Diri	Correlation Coefficient	1,000	,092
		Sig. (2-tailed)	.	,089
		N	342	342
	Presentasi Diri	Correlation Coefficient	,092	1,000
		Sig. (2-tailed)	,089	.
		N	342	342



Lampiran 8. Hasil Uji Anova

1. Presentasi Diri dengan Jenis Kelamin

Descriptives

Presentasi Diri

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Laki-laki	83	43,9518	4,90123	,53798	42,8816	45,0220	34,00	59,00
Perempuan	259	43,3436	4,48011	,27838	42,7954	43,8918	28,00	62,00
Total	342	43,4912	4,58593	,24798	43,0035	43,9790	28,00	62,00

ANOVA

Presentasi_Diri

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	23,249	1	23,249	1,106	,294
Within Groups	7148,224	340	21,024		
Total	7171,474	341			

2. Harga Diri dengan Jenis Kelamin

Descriptives

Harga_Diri

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Laki-laki	83	26,3494	1,44352	,15845	26,0342	26,6646	23,00	30,00
Perempuan	259	26,3900	1,44621	,08986	26,2130	26,5669	23,00	33,00
Total	342	26,3801	1,44355	,07806	26,2266	26,5337	23,00	33,00

ANOVA

Harga_Diri

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,103	1	,103	,049	,824
Within Groups	710,481	340	2,090		
Total	710,585	341			

Lampiran 9. Tabulasi Data Kasar Responden

Tabel Data Kasar Demografis Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai <i>Instagram</i>	Frekuensi mengupload foto/video melalui <i>instagram</i>	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di <i>instagram</i>
1	W	Laki-laki	20	< 1 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
2	IDH	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
3	CLARA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 hari sekali	Orang yang akrab
4	DHEADHS	Perempuan	18	> 1 - 4 tahun	> 1 minggu sekali	Orang yang akrab
5	P	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
6	ANIN	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 - 2 kali seminggu	Setiap foto/video yang menarik
7	ZR	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	< 1 minggu - 1 bulan sekali	Orang yang akrab
8	IP	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
9	CARLA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
10	ANDI	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
11	PS	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
12	INTAN	Perempuan	22	> 5 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
13	INF	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
14	M	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	2 - 3 hari sekali	Orang yang akrab
15	LS	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	2 minggu sekali	Orang yang akrab
16	ELISE	Perempuan	22	< 1 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
17	WTA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
18	AA	Perempuan	19	< 1 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
19	YANUAR	Laki-laki	21	> 5 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai Instagram	Frekuensi mengupload foto/video melalui instagram	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di instagram
20	L	Perempuan	18	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
21	AA	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 hari sekali	Orang yang akrab
22	NADYA	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
23	IR	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu 3 kali	Orang yang akrab
24	ANIN	Perempuan	19	< 1 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
25	DF	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan 3 kali	Orang yang akrab
26	NIA	Perempuan	21	15 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
27	SRE	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
28	SAVIRA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
29	YAK	Perempuan	21	< 1 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
30	WIDYA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	2 hari sekali	Orang yang akrab
31	ONNIOLOGY	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
32	IY	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 - 5 jam sekali	Orang yang akrab
33	KAP	Perempuan	22	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
34	FIKA	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
35	PUTRI	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
36	KF	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
37	I	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
38	AA	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
39	IS	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 hari sekali	Setiap foto/video yang menarik
40	A	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu 3 kali	Orang yang akrab
41	LM	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
42	H	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu 3 kali	Setiap foto/video yang menarik
43	ALDELLA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai Instagram	Frekuensi mengupload foto/video melalui instagram	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di instagram
44	LABIBAH	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
45	R	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
46	S	Perempuan	22	7 tahun	2 hari sekali	Orang yang akrab
47	VM	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
48	LUTFIE	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	< 1 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
49	EE	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
50	DIAN	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	< 1 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
51	PPO	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
52	FA	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
53	H	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
54	L	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
55	NDE	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 - 5 jam sekali	Orang yang akrab
56	IMA	Perempuan	20	> 5 tahun	1 - 5 jam sekali	Orang yang akrab
57	WF	Perempuan	21	> 5 tahun	1 hari sekali	Orang yang akrab
58	FYA	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
59	CHA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	2 hari sekali	Orang yang akrab
60	IF	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
61	NH	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
62	MDP	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	2 hari sekali	Orang yang akrab
63	SP	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
64	DA	Laki-laki	20	> 5 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
65	ICHA	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	2 hari sekali	Orang yang akrab
66	AF	Laki-laki	20	< 1 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
67	MAYADE	Perempuan	19	13 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai Instagram	Frekuensi mengupload foto/video melalui instagram	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di instagram
68	DMT	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
69	TADA	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	< 1 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
70	N	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
71	AL IMRAN	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
72	BAY	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 - 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
73	MOH IKHSAN	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
74	CECEP	Laki-laki	21	7 tahun	< 1 jam sekali	Orang yang akrab
75	IDHAM	Laki-laki	19	> 1 - 4 tahun	1 hari sekali	Setiap foto/video yang menarik
76	RIJAL	Laki-laki	20	> 5 tahun	1 hari sekali	Setiap foto/video yang menarik
77	RA	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 - 5 jam sekali	Orang yang akrab
78	E	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 - 3 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
79	ZR	Perempuan	19	> 5 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
80	M	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	2 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
81	AR	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
82	IFAH	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	2 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
83	NA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
84	D	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
85	BELLA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
86	A	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
87	UMMU	Perempuan	22	< 1 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
88	MARINA	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	2 - 5 hari sekali	Orang yang akrab
89	SARAS	Perempuan	21	> 5 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
90	AMJ	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai Instagram	Frekuensi mengupload foto/video melalui instagram	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di instagram
91	DS	Perempuan	22	> 5 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
92	P	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
93	WRL	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
94	ALA	Perempuan	21	16 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang di upload oleh pengguna lain
95	INDRI	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
96	RES	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
97	I	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
98	FENNY	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
99	MEIDI	Perempuan	18	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
100	JHONY	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang di upload oleh pengguna lain
101	ASP	Laki-laki	22	> 5 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
102	KAT	Perempuan	21	> 5 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
103	DINDA	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
104	MS	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
105	N	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu 2 kali	Orang yang akrab
106	EVA	Perempuan	22	> 5 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
107	FR	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
108	EA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
109	PRIN	Perempuan	21	> 5 tahun	2 minggu sekali	Orang yang akrab
110	ERCI	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	7 kali dalam sebulan	Setiap foto/video yang menarik
111	W	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
112	WW	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	2 hari sekali	Orang yang akrab

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai Instagram	Frekuensi mengupload foto/video melalui instagram	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di instagram
113	I	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
114	NH	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Tergantung seberapa menarik objeknya
115	AI SYAH	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
116	L	Perempuan	21	> 5 tahun	2 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
117	U	Perempuan	21	> 5 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
118	K	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
119	ANALI	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
120	H	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
121	RP	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
122	L	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
123	ANALI	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
124	NR	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	2 - 3 kali sehari	Orang yang akrab
125	KA EKA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
126	BAY	Laki-laki	20	< 1 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
127	AF	Laki-laki	21	< 1 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
128	NABILAH	Perempuan	21	> 5 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
129	RS	Laki-laki	20	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
130	RA	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
131	AMIN	Laki-laki	20	> 5 tahun	1 - 5 jam sekali	Orang yang akrab
132	CMDKS	Perempuan	21	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
133	RAJIF	Laki-laki	20	> 1 - 4 tahun	1 hari sekali	Orang yang akrab

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai <i>Instagram</i>	Frekuensi mengupload foto/video melalui <i>instagram</i>	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di <i>instagram</i>
134	A	Perempuan	20	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
135	DDH	Perempuan	22	> 5 tahun	1 - 2 kali sebulan	Orang yang akrab
136	MEM	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	2 - 3 kali sebulan	Setiap foto/video yang menarik
137	DA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
138	RES	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
139	O	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 - 2 kali sebulan	Setiap foto/video yang menarik
140	LIA	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
141	ASH	Perempuan	21	> 5 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
142	KIA	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
143	RAISA	Perempuan	19	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Setia foto/video yang menarik
144	NUPR	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
145	AN	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
146	KH	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
147	SRRR	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
148	DINI	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
149	D	Perempuan	22	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
150	MF	Laki-laki	18	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
151	SELENA	Perempuan	19	> 5 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
152	TAM	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
153	RR	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
154	MRT	Perempuan	18	< 1 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
155	DEWI	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
156	ZRF	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
157	EM	Laki-laki	20	< 1 tahun	1 - 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai Instagram	Frekuensi mengupload foto/video melalui instagram	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di instagram
158	DS	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
159	N	Perempuan	22	> 5 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
160	BNA	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	3 minggu sekali	Orang yang akrab
161	R	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
162	SN	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
163	EBHY	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
164	CACA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
165	NABILAH	Perempuan	21	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
166	MELYNDA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 hari sekali	Setiap foto/video yang menarik
167	YPS	Laki-laki	22	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
168	CIB	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 kali sebulan	Orang yang akrab
169	RMEV	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
170	NAU	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	2 kali seminggu	Orang yang akrab
171	BAYU	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
172	NAF	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
173	DJR	Laki-laki	21	> 5 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
174	N	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	< 1 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
175	BELLA	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
176	AINUN	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
177	N	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
178	N	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
179	DA	Perempuan	20	> 5 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
180	FITRI	Perempuan	20	< 1 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
181	IYUN	Perempuan	22	< 1 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai <i>Instagram</i>	Frekuensi mengupload foto/video melalui <i>instagram</i>	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di <i>instagram</i>
182	N	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
183	ERIS	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
184	TBR	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
185	AMS	Laki-laki	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
186	DANA	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
187	INNA	Perempuan	19	> 5 tahun	2 minggu sekali	Orang yang akrab
188	ANC	Laki-laki	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
189	ZIZAH	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
190	ADG	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
191	DEKA	Laki-laki	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
192	R	Perempuan	18	> 1 - 4 tahun	2 hari sekali	Orang yang akrab
193	NDY	Perempuan	20	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
194	OTONG	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	< 1 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
195	GI	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
196	BELLA	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
197	MRA	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
198	N	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
199	NHP	Laki-laki	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
200	JHONY	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 hari sekali	Orang yang akrab
201	N	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
202	GHIKUS	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
203	OBY	Laki-laki	21	< 1 tahun	1 - 5 jam sekali	Orang yang akrab

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai Instagram	Frekuensi mengupload foto/video melalui instagram	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di instagram
204	Y	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
205	RIFKY	Laki-laki	20	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
206	MND	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
207	MFA	Laki-laki	18	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
208	YUNI	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	2 minggu sekali	Orang yang akrab
209	S	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 kali sehari	Setiap foto/video yang menarik
210	DINI	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
211	R	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
212	CV	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
213	GALIH	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 kali sehari	Setiap foto/video yang menarik
214	FAFA	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
215	D	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
216	AV	Perempuan	18	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
217	DEA	Perempuan	20	> 5 tahun	2 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
218	NP	Perempuan	22	> 5 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
219	JS	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
220	MM	Perempuan	20	> 5 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
221	IA	Perempuan	21	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
222	DENY	Laki-laki	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
223	NINDY	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
224	AF	Laki-laki	22	> 5 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
225	KUPANG	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
226	NANDA	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
227	FITRAH	Perempuan	21	< 1 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai Instagram	Frekuensi mengupload foto/video melalui instagram	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di instagram
228	RIFDA	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
229	DN	Laki-laki	19	< 1 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
230	RA	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
231	R	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
232	AMAL	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	3 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
233	OTUL	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
234	FS	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
235	MAYSHI	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
236	E	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
237	LP	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
238	IRA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
239	CANCAN	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
240	P	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
241	ZH	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
242	ALS	Perempuan	21	> 5 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
243	SA	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
244	IK	Perempuan	21	< 1 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
245	ISNAENI D	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
246	NR	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 hari sekali	Orang yang akrab
247	NLD	Perempuan	21	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
248	LUL	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 hari sekali	Orang yang akrab
249	RD	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
250	A	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
251	FENNY	Perempuan	21	> 5 tahun	5 hari sekali	Setiap foto/video yang menarik

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai <i>Instagram</i>	Frekuensi mengupload foto/video melalui <i>instagram</i>	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di <i>instagram</i>
252	ASH	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
253	ZHAIN	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
254	RISKY	Laki-laki	18	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
255	A	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
256	IDW	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
257	NOVIA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	2 minggu sekali	Orang yang akrab
258	RAHMA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
259	ANGLE	Perempuan	20	> 5 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
260	R	Laki-laki	19	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
261	DPN	Perempuan	20	< 1 tahun	3 minggu sekali	Orang yang akrab
262	RADITYO	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 hari sekali	Setiap foto/video yang menarik
263	ELIYA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
264	NDA	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
265	MR. HAN	Laki-laki	20	> 1 - 4 tahun	2 kali seminggu	Orang yang akrab
266	W	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
267	RA	Perempuan	19	> 5 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
268	A	Perempuan	22	> 5 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
269	A	Perempuan	21	> 5 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
270	FD	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
271	CPTA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	3 hari sekali	Orang yang akrab
272	Y	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	3 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
273	ANNYSA	Perempuan	22	> 5 tahun	1 bulan	Setiap foto/video yang menarik

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai <i>Instagram</i>	Frekuensi mengupload foto/video melalui <i>instagram</i>	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di <i>instagram</i>
274	NAU	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 kali sehari	Orang yang akrab
275	C	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
276	HPY	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
277	NOEY	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	2 hari sekali	Setiap foto/video yang menarik
278	MAYSHI	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
279	TJ	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	3 hari sekali	Orang yang akrab
280	L	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
281	MAYA	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
282	ISM	Perempuan	21	> 5 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
283	KN	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
284	NS	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
285	BINO	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
286	A	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
287	HIFLI	Laki-laki	20	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Setiap foto/video yang menarik
288	D	Perempuan	22	> 5 tahun	< 1 jam sekali	Orang yang akrab
289	KES	Perempuan	18	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
290	NAF	Perempuan	22	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
291	URU	Perempuan	20	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
292	GILANG	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
293	NIN	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
294	DMI	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu	Setiap foto/video yang menarik
295	DFS	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
296	IPIN	Laki-laki	22	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
297	SURI	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai <i>Instagram</i>	Frekuensi mengupload foto/video melalui <i>instagram</i>	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di <i>instagram</i>
298	LM	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
299	ICHA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
300	SS	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
301	NUFI	Perempuan	21	> 5 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
302	THN	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
303	DMI	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
304	UDIN	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 - 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
305	DDML	Perempuan	20	< 1 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
306	BOB	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
307	JS	Laki-laki	21	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
308	MIB	Laki-laki	21	> 5 tahun	1 kali sehari	Setiap foto/video yang menarik
309	M	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 bulan	Setiap foto/video yang menarik
310	S	Perempuan	18	> 5 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
311	TGPN	Perempuan	18	> 1 - 4 tahun	2 minggu sekali	Orang yang akrab
312	AP	Laki-laki	22	> 5 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
313	TORAYA	Perempuan	19	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
314	RA	Laki-laki	21	> 7 tahun	< 1 jam sekali	Orang yang akrab
315	YM	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 - 2 kali seminggu	Orang yang akrab
316	MIMIN	Laki-laki	21	< 1 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
317	FIRZ	Laki-laki	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
318	GHULAM	Laki-laki	19	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Orang yang akrab
319	AI	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
320	IKA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
321	FI	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Lama Mempunyai <i>Instagram</i>	Frekuensi mengupload foto/video melalui <i>instagram</i>	Orang yg diberikan komentar atau tanggapan di <i>instagram</i>
322	AIZ	Perempuan	21	> 5 tahun	1 - 5 jam sekali	Orang yang akrab
323	AH	Perempuan	21	> 1 - 4 tahun	1 hari sekali	Orang yang akrab
324	SILA	Perempuan	21	> 5 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
325	WAHYUDIN	Laki-laki	21	> 5 tahun	1 kali sehari	Orang yang akrab
326	FATMAWATI	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
327	WELL DONE	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	1 hari sekali	Orang yang akrab
328	VIVI	Perempuan	18	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
329	SINHYE	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 bulan sekali	Orang yang akrab
330	A	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
331	SILVY	Perempuan	20	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
332	PED	Perempuan	18	> 5 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
333	NA	Perempuan	18	< 1 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
334	S	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
335	INTAN	Perempuan	22	> 5 tahun	1 minggu sekali	Setiap foto/video yang menarik
336	MIRNA	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
337	MFB	Laki-laki	22	> 1 - 4 tahun	> 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
338	AGNES	Perempuan	22	> 5 tahun	1 minggu sekali	Orang yang akrab
339	BF	Laki-laki	18	> 1 - 4 tahun	1 - 5 jam sekali	Setiap foto/video yang menarik
340	TD	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	2 minggu sekali	Orang yang akrab
341	FAP	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 kali sehari	Setiap foto/video yang menarik
342	DWIKI	Perempuan	22	> 1 - 4 tahun	1 hari sekali	Setiap foto/video yang menarik

Tabel Tabulasi Data Kasar Instrumen *Rosenberg Self-Esteem*

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Laki-laki	4	3	1	4	3	1	3	3	4	1
2	Perempuan	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2
3	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2
4	Perempuan	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2
5	Perempuan	2	3	3	3	2	2	3	4	3	2
6	Perempuan	3	2	2	3	3	1	3	3	3	2
7	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	4	3	2
8	Perempuan	4	3	2	3	3	2	3	3	4	2
9	Perempuan	3	3	2	2	3	1	4	4	4	2
10	Laki-laki	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
11	Perempuan	2	3	3	2	2	2	2	4	3	2
12	Perempuan	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2
13	Perempuan	3	2	2	4	3	1	4	3	3	1
14	Perempuan	3	3	2	2	3	2	4	4	3	2
15	Perempuan	3	3	2	2	2	3	4	4	3	1
16	Perempuan	2	3	2	3	2	3	2	4	2	4
17	Perempuan	4	3	2	3	3	2	3	3	3	1
18	Perempuan	3	3	2	3	1	2	3	3	2	2
19	Laki-laki	3	3	2	4	3	2	4	4	3	1
20	Perempuan	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2
21	Laki-laki	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2
22	Perempuan	4	2	2	3	3	2	3	3	3	2
23	Perempuan	3	2	2	3	3	1	3	2	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24	Perempuan	3	2	2	3	4	1	2	4	3	1
25	Perempuan	2	3	3	2	2	1	3	4	4	1
26	Perempuan	4	2	2	3	2	2	4	3	4	1
27	Perempuan	3	2	2	3	2	2	3	4	3	2
28	Perempuan	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2
29	Perempuan	3	2	3	2	2	2	4	4	2	2
30	Perempuan	4	3	1	1	4	1	4	4	4	1
31	Laki-laki	4	3	2	4	3	1	3	2	3	2
32	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
33	Perempuan	4	2	2	3	2	1	3	4	3	2
34	Perempuan	3	3	2	3	3	2	4	3	3	2
35	Perempuan	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2
36	Perempuan	3	2	1	3	4	1	3	3	4	2
37	Perempuan	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2
38	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2
39	Perempuan	4	3	2	2	2	2	4	4	3	2
40	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	3	4	1
41	Perempuan	2	3	2	3	3	2	4	4	4	1
42	Perempuan	4	2	2	2	4	1	4	2	3	2
43	Perempuan	3	3	2	3	3	2	4	4	3	1
44	Perempuan	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3
45	Laki-laki	4	3	1	2	2	2	3	4	4	1
46	Perempuan	3	3	2	3	3	1	3	3	4	1
47	Perempuan	3	2	2	3	3	1	3	3	4	2
48	Perempuan	4	3	2	2	3	1	3	2	4	2

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
49	Perempuan	4	3	2	3	3	1	3	3	3	2
50	Laki-laki	4	2	2	3	3	2	3	3	3	2
51	Perempuan	3	3	2	3	3	1	3	4	4	2
52	Perempuan	4	4	1	4	3	1	4	4	4	1
53	Perempuan	4	2	2	3	3	1	3	4	4	1
54	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	3	1
55	Perempuan	3	3	2	4	4	2	3	3	2	2
56	Perempuan	2	3	2	3	3	2	3	3	1	3
57	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2
58	Perempuan	4	2	1	3	4	1	4	4	4	1
59	Perempuan	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2
60	Perempuan	2	4	2	2	2	2	3	3	3	3
61	Perempuan	4	3	2	4	3	2	4	3	3	1
62	Laki-laki	4	3	2	3	2	2	4	4	4	1
63	Perempuan	4	2	2	3	3	2	3	3	3	2
64	Laki-laki	4	3	2	2	3	1	3	2	4	1
65	Perempuan	4	3	1	3	3	1	3	4	3	2
66	Laki-laki	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2
67	Perempuan	3	3	2	4	3	2	2	3	3	2
68	Perempuan	4	3	2	2	3	2	3	4	3	1
69	Perempuan	2	3	3	2	2	3	2	4	2	3
70	Perempuan	3	3	2	2	3	2	2	3	4	2
71	Laki-laki	4	1	1	4	3	1	4	4	4	1
72	Laki-laki	2	3	1	3	4	1	3	4	4	2
73	Laki-laki	3	2	3	2	3	4	1	4	4	2

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
74	Laki-laki	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3
75	Laki-laki	4	3	2	2	3	2	2	4	3	1
76	Laki-laki	4	2	2	3	3	1	3	3	4	1
77	Perempuan	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2
78	Perempuan	4	3	2	3	3	2	3	2	3	2
79	Perempuan	3	3	2	2	4	1	4	3	3	2
80	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2
81	Perempuan	2	3	2	2	3	2	3	3	3	1
82	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2
83	Perempuan	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2
84	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3
85	Perempuan	4	2	1	4	2	1	4	4	4	1
86	Perempuan	3	2	2	3	4	1	3	3	4	1
87	Perempuan	3	4	3	2	2	3	2	4	3	2
88	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
89	Perempuan	3	3	2	2	3	2	4	4	4	1
90	Perempuan	4	2	3	3	4	1	4	3	3	2
91	Perempuan	2	3	2	3	3	2	3	3	4	2
92	Perempuan	3	3	3	3	3	3	4	4	3	1
93	Perempuan	3	3	2	4	3	2	2	4	2	1
94	Perempuan	4	2	1	4	1	2	4	4	4	1
95	Perempuan	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3
96	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	3	4	2
97	Perempuan	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2
98	Perempuan	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
99	Perempuan	3	2	1	4	2	1	4	4	1	2
100	Laki-laki	3	3	2	3	3	2	3	4	3	1
101	Laki-laki	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3
102	Perempuan	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2
103	Perempuan	4	3	2	4	3	1	3	4	4	1
104	Perempuan	3	3	2	3	2	2	4	4	4	2
105	Perempuan	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3
106	Perempuan	2	3	2	3	3	2	2	4	3	2
107	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2
108	Perempuan	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2
109	Perempuan	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2
110	Perempuan	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2
111	Perempuan	3	3	2	2	2	1	3	3	3	3
112	Perempuan	3	3	2	3	1	2	2	3	3	3
113	Laki-laki	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2
114	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2
115	Perempuan	4	3	2	3	3	2	3	3	3	1
116	Perempuan	3	2	2	3	4	1	3	3	4	1
117	Perempuan	3	2	2	3	3	1	4	2	3	1
118	Perempuan	3	2	2	3	3	2	4	4	3	1
119	Perempuan	3	2	2	3	3	1	4	4	3	1
120	Perempuan	2	3	3	2	3	2	2	4	3	2
121	Laki-laki	4	3	1	4	4	1	4	4	4	1
122	Perempuan	4	2	2	3	3	1	4	3	3	1
123	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
124	Perempuan	4	3	2	3	3	2	3	2	4	1
125	Perempuan	3	3	2	2	2	2	4	4	4	1
126	Laki-laki	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
127	Laki-laki	4	3	2	2	2	2	3	3	3	2
128	Perempuan	2	4	3	2	3	1	3	4	4	1
129	Laki-laki	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2
130	Perempuan	3	4	2	3	1	3	4	4	2	1
131	Laki-laki	4	3	2	3	2	2	3	3	3	2
132	Perempuan	3	2	2	3	3	1	3	3	4	1
133	Laki-laki	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2
134	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
135	Perempuan	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2
136	Perempuan	3	3	2	3	2	1	3	3	3	2
137	Perempuan	4	2	2	3	3	1	4	4	4	2
138	Laki-laki	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3
139	Perempuan	3	2	2	3	3	1	3	4	3	1
140	Perempuan	4	3	2	4	4	2	4	4	4	2
141	Perempuan	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2
142	Perempuan	3	3	2	3	2	4	2	3	3	2
143	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	4	3	2
144	Perempuan	3	3	1	2	2	1	3	4	3	2
145	Perempuan	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2
146	Perempuan	3	3	2	2	3	2	3	4	3	2
147	Perempuan	2	3	3	1	3	2	4	2	2	3
148	Perempuan	2	3	3	3	3	2	3	4	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
149	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
150	Laki-laki	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3
151	Perempuan	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2
152	Laki-laki	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3
153	Perempuan	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2
154	Perempuan	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2
155	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	3	4	1
156	Laki-laki	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2
157	Laki-laki	4	2	1	4	2	2	4	4	3	1
158	Perempuan	4	2	2	2	3	2	4	2	4	1
159	Perempuan	2	3	3	2	2	2	3	4	3	2
160	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	4	3	1
161	Perempuan	3	4	2	3	2	2	3	4	2	2
162	Perempuan	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2
163	Laki-laki	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2
164	Perempuan	2	3	2	3	2	3	4	4	4	1
165	Perempuan	4	3	1	4	2	1	3	4	2	2
166	Perempuan	2	3	2	2	3	1	3	4	3	2
167	Laki-laki	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2
168	Perempuan	3	2	2	3	2	2	3	4	3	2
169	Perempuan	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2
170	Perempuan	3	3	2	3	2	2	3	4	4	2
171	Laki-laki	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2
172	Laki-laki	3	3	2	3	3	2	3	4	2	2
173	Laki-laki	3	2	2	3	3	1	3	3	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
174	Perempuan	3	2	2	3	3	1	4	4	3	2
175	Perempuan	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2
176	Perempuan	3	2	2	2	2	2	4	4	4	1
177	Perempuan	3	3	2	3	2	3	3	4	2	2
178	Perempuan	3	2	3	2	2	2	3	3	4	2
179	Perempuan	2	3	3	2	2	2	2	4	3	2
180	Perempuan	4	3	2	2	2	3	4	4	2	3
181	Perempuan	3	3	2	3	3	1	4	4	4	2
182	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	4	3	1
183	Perempuan	4	2	2	3	4	1	4	3	4	1
184	Laki-laki	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2
185	Laki-laki	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2
186	Laki-laki	3	3	2	3	4	1	3	3	2	2
187	Perempuan	1	4	2	1	1	4	2	3	4	3
188	Laki-laki	4	3	1	4	4	1	4	4	3	2
189	Perempuan	2	3	2	3	4	1	3	4	3	2
190	Laki-laki	2	4	4	3	1	4	1	4	1	3
191	Laki-laki	3	3	1	3	2	3	3	3	4	1
192	Perempuan	3	3	2	3	2	1	3	3	3	2
193	Perempuan	3	2	1	3	4	1	4	4	3	2
194	Laki-laki	4	3	1	3	3	2	3	4	2	2
195	Perempuan	3	2	2	2	3	1	3	3	3	2
196	Perempuan	4	4	2	3	3	2	3	3	2	2
197	Perempuan	3	3	2	3	2	1	3	3	4	2
198	Perempuan	3	3	2	2	2	2	4	3	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
199	Laki-laki	3	2	1	4	4	1	4	4	4	1
200	Perempuan	2	2	2	3	3	2	4	4	3	1
201	Perempuan	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2
202	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	4	3	2
203	Laki-laki	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2
204	Perempuan	2	3	2	3	2	2	3	3	4	2
205	Laki-laki	4	3	2	3	4	2	3	3	4	1
206	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
207	Laki-laki	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2
208	Perempuan	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2
209	Laki-laki	4	3	2	4	3	2	3	3	4	1
210	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2
211	Perempuan	2	3	3	2	2	2	3	2	4	2
212	Perempuan	3	2	2	2	3	1	3	3	4	1
213	Laki-laki	3	3	2	3	3	2	3	4	3	1
214	Perempuan	3	2	2	3	4	1	3	3	3	2
215	Perempuan	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2
216	Perempuan	3	3	2	3	2	1	3	3	4	1
217	Perempuan	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2
218	Perempuan	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3
219	Laki-laki	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
220	Perempuan	3	3	2	3	3	1	3	4	3	2
221	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
222	Laki-laki	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3
223	Perempuan	3	3	2	3	2	1	3	3	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
224	Laki-laki	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2
225	Perempuan	4	3	2	3	2	2	2	4	2	2
226	Perempuan	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2
227	Perempuan	3	3	2	2	3	1	4	4	3	2
228	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2
229	Laki-laki	4	3	2	4	3	1	3	3	4	2
230	Laki-laki	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2
231	Laki-laki	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3
232	Perempuan	4	3	1	2	2	2	4	4	3	1
233	Perempuan	3	3	2	2	4	1	4	4	4	2
234	Laki-laki	3	3	2	3	3	1	3	2	4	2
235	Perempuan	3	3	1	3	2	3	3	4	3	1
236	Perempuan	3	3	2	3	2	3	3	4	3	2
237	Perempuan	3	2	2	3	3	1	3	3	3	2
238	Perempuan	3	2	2	2	3	1	3	4	3	1
239	Perempuan	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2
240	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2
241	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	4	2	2
242	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2
243	Perempuan	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2
244	Perempuan	4	3	2	3	2	2	3	4	3	1
245	Perempuan	3	3	2	3	2	2	3	4	4	1
246	Perempuan	3	3	2	3	3	1	3	4	3	2
247	Perempuan	2	2	3	3	2	1	3	3	3	2
248	Perempuan	4	2	2	3	3	2	3	3	3	1

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
249	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
250	Perempuan	3	3	2	3	3	2	4	3	3	2
251	Perempuan	3	4	2	3	3	2	2	2	3	2
252	Perempuan	4	3	1	4	3	2	4	3	3	2
253	Laki-laki	3	3	2	3	3	2	3	3	4	1
254	Laki-laki	3	3	3	2	2	2	2	4	4	1
255	Perempuan	3	4	2	3	3	2	3	2	3	2
256	Perempuan	3	4	2	3	4	1	4	4	3	1
257	Perempuan	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2
258	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
259	Perempuan	4	3	3	3	2	3	2	4	3	3
260	Laki-laki	4	3	2	3	3	2	3	3	3	1
261	Perempuan	4	3	2	3	2	3	3	4	3	1
262	Laki-laki	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2
263	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	4	3	2
264	Laki-laki	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2
265	Laki-laki	3	2	2	3	2	1	4	3	3	3
266	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	4	3	2
267	Perempuan	4	2	2	3	3	2	3	3	3	1
268	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
269	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
270	Laki-laki	3	2	2	3	4	1	4	4	4	2
271	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3
272	Perempuan	3	3	2	3	3	1	4	4	3	2
273	Perempuan	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
274	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
275	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
276	Perempuan	3	3	2	3	2	2	3	3	4	1
277	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
278	Laki-laki	2	2	3	4	2	1	4	2	3	1
279	Perempuan	3	2	2	3	4	1	3	3	3	2
280	Perempuan	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3
281	Perempuan	3	3	3	2	2	1	3	4	2	3
282	Perempuan	3	3	2	3	3	2	4	4	3	2
283	Perempuan	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2
284	Perempuan	2	3	3	2	3	2	3	4	4	1
285	Laki-laki	2	2	2	3	3	2	3	4	3	2
286	Perempuan	4	1	1	4	3	1	4	4	4	1
287	Laki-laki	2	3	3	3	2	2	3	4	3	3
288	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2
289	Perempuan	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3
290	Perempuan	2	3	2	3	2	1	4	4	4	2
291	Perempuan	4	2	1	4	3	1	4	2	4	1
292	Laki-laki	3	3	2	3	3	1	3	4	3	2
293	Perempuan	4	2	2	2	3	1	3	4	4	1
294	Laki-laki	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
295	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2
296	Laki-laki	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2
297	Perempuan	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2
298	Perempuan	3	3	2	4	2	1	4	4	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
299	Perempuan	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2
300	Laki-laki	3	2	2	3	3	1	3	4	4	1
301	Perempuan	3	2	2	3	4	1	3	3	4	1
302	Laki-laki	2	2	2	3	3	1	3	4	4	2
303	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2
304	Laki-laki	4	3	2	3	2	2	4	4	3	1
305	Perempuan	3	4	2	2	2	2	3	2	3	3
306	Laki-laki	2	3	2	2	3	1	3	4	4	2
307	Laki-laki	3	3	2	2	2	1	4	3	3	2
308	Laki-laki	3	2	1	4	4	2	4	4	3	1
309	Perempuan	3	3	3	3	3	1	3	3	3	1
310	Perempuan	3	2	1	2	3	1	4	4	4	2
311	Perempuan	4	3	2	3	2	2	4	4	3	2
312	Laki-laki	4	3	1	3	3	1	4	4	3	1
313	Perempuan	4	2	1	4	3	1	4	3	3	1
314	Laki-laki	3	1	1	4	2	1	4	4	3	1
315	Perempuan	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2
316	Laki-laki	4	3	1	4	2	2	2	4	3	1
317	Laki-laki	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2
318	Laki-laki	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2
319	Laki-laki	3	3	2	2	3	2	3	4	3	2
320	Perempuan	2	3	3	2	2	3	2	4	3	2
321	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2
322	Perempuan	3	2	2	3	2	2	3	4	3	2
323	Perempuan	2	3	2	2	2	2	3	4	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
324	Perempuan	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2
325	Laki-laki	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3
326	Perempuan	4	2	2	3	3	1	3	3	3	2
327	Laki-laki	4	2	2	3	3	1	3	4	3	2
328	Perempuan	3	2	2	3	3	1	3	4	3	2
329	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
330	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
331	Perempuan	3	3	2	3	2	2	3	4	3	1
332	Perempuan	3	2	2	3	3	1	4	4	3	1
333	Perempuan	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2
334	Perempuan	3	2	1	3	3	2	3	3	3	2
335	Perempuan	3	2	1	4	4	1	4	4	4	1
336	Perempuan	3	2	2	3	4	1	4	4	4	2
337	Laki-laki	4	2	2	4	4	1	4	4	4	1
338	Perempuan	2	3	2	3	3	2	3	4	3	2
339	Laki-laki	3	3	3	4	2	3	2	3	1	3
340	Perempuan	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2
341	Perempuan	3	2	1	3	4	1	4	3	4	1
342	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2

Tabel Tabulasi Data Kasar Instrumen Presentasi Diri

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	Laki-laki	2	1	2	3	2	3	4	3	3	3	2	2	4	3	2	3	4	2
2	Perempuan	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	4
3	Perempuan	3	2	2	2	2	3	3	4	4	4	1	1	3	2	1	3	3	2
4	Perempuan	3	2	1	3	2	2	4	4	3	3	2	2	3	2	2	2	4	3
5	Perempuan	3	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2	2	3	2	2	1	3	3
6	Perempuan	3	1	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2
7	Perempuan	3	1	2	2	1	2	4	4	3	3	1	1	4	3	1	2	4	3
8	Perempuan	2	3	1	1	2	2	4	2	4	4	3	3	3	3	2	2	4	2
9	Perempuan	3	1	2	2	2	2	4	3	3	3	1	1	3	2	2	2	4	2
10	Laki-laki	2	1	1	1	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3
11	Perempuan	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3
12	Perempuan	3	2	2	2	3	2	4	2	3	3	2	2	4	3	2	2	4	2
13	Perempuan	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2
14	Perempuan	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
15	Perempuan	2	1	1	1	1	2	4	3	3	3	1	1	3	3	1	2	4	2
16	Perempuan	3	3	1	2	2	2	4	3	3	3	1	1	3	3	2	2	4	3
17	Perempuan	3	2	2	2	2	2	4	2	3	3	2	2	4	2	2	2	4	2
18	Perempuan	3	2	3	3	2	2	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	4
19	Laki-laki	2	2	2	2	1	2	4	3	3	3	2	2	4	2	2	2	4	3
20	Perempuan	3	1	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	1	2	3	2
21	Laki-laki	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	2	2	3	2	1	3	4	4
22	Perempuan	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	3	3	2
23	Perempuan	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
24	Perempuan	3	1	3	2	2	2	2	2	3	3	1	1	1	1	1	2	2	2
25	Perempuan	4	1	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	4	3	2	2	4	4
26	Perempuan	3	2	1	2	2	2	4	3	2	2	2	2	4	3	3	2	4	2
27	Perempuan	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3
28	Perempuan	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2
29	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2
30	Perempuan	4	1	2	2	2	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3
31	Laki-laki	2	2	2	2	2	4	4	3	2	2	1	1	3	2	2	4	4	2
32	Perempuan	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2
33	Perempuan	4	1	3	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3
34	Perempuan	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2
35	Perempuan	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3
36	Perempuan	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3	2	2	3	2	2	2	4	4
37	Perempuan	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	4	3
38	Perempuan	3	1	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2
39	Perempuan	3	1	3	3	2	2	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	2
40	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
41	Perempuan	2	3	2	2	2	3	3	4	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2
42	Perempuan	3	1	1	2	3	3	3	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2
43	Perempuan	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3
44	Perempuan	2	2	1	2	2	3	4	3	3	3	1	1	4	1	2	3	4	4
45	Laki-laki	2	1	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	4
46	Perempuan	3	1	1	4	3	2	4	2	3	3	3	3	4	1	3	2	4	2
47	Perempuan	4	1	1	1	3	3	3	2	3	3	1	1	2	3	2	3	3	3
48	Perempuan	2	1	2	3	2	3	4	2	3	3	2	2	3	2	2	3	4	2

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
49	Perempuan	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3
50	Laki-laki	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4
51	Perempuan	3	3	1	1	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	1	2	3	1
52	Perempuan	3	1	1	1	1	3	4	2	3	3	2	2	4	3	2	3	4	3
53	Perempuan	2	4	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
54	Perempuan	2	1	2	2	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3
55	Perempuan	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	2	2	3	2	3	2	4	3
56	Perempuan	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2
57	Perempuan	2	1	1	2	1	3	3	3	3	3	1	1	3	2	1	3	3	2
58	Perempuan	2	2	1	2	1	2	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2
59	Perempuan	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
60	Perempuan	3	1	2	2	2	3	4	2	3	3	2	2	4	3	3	3	4	2
61	Perempuan	4	2	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2
62	Laki-laki	2	1	2	2	2	2	4	4	3	3	1	1	3	3	3	2	4	1
63	Perempuan	2	1	3	3	2	2	4	4	3	3	2	2	3	2	3	2	4	3
64	Laki-laki	3	1	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	1	3	1	4	3	2
65	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3
66	Laki-laki	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
67	Perempuan	3	2	2	2	1	2	3	3	3	3	2	2	4	3	1	2	3	2
68	Perempuan	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
69	Perempuan	2	1	1	2	2	3	3	3	4	4	1	1	2	2	1	3	3	3
70	Perempuan	2	1	2	3	2	3	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	4	2
71	Laki-laki	3	1	1	3	2	3	4	4	2	2	2	2	3	3	2	3	4	1
72	Laki-laki	1	3	2	2	3	2	4	2	4	4	1	1	4	1	4	2	4	4
73	Laki-laki	3	1	1	3	1	1	4	3	4	4	1	1	4	1	1	1	4	2

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
74	Laki-laki	2	2	2	3	3	3	4	4	3	3	2	2	4	2	2	3	4	4
75	Laki-laki	3	1	3	2	2	3	4	4	4	4	1	1	4	3	1	3	4	1
76	Laki-laki	1	1	2	3	1	1	2	4	3	3	1	1	2	2	1	1	2	1
77	Perempuan	3	2	2	2	2	1	4	2	3	3	2	2	4	2	2	1	4	2
78	Perempuan	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2	3	3	2
79	Perempuan	3	1	1	2	3	3	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	4	3
80	Perempuan	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3
81	Perempuan	2	1	1	4	2	2	3	3	3	3	1	1	3	2	1	2	3	3
82	Perempuan	3	1	1	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
83	Perempuan	3	1	1	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3
84	Perempuan	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2
85	Perempuan	2	3	2	2	2	3	4	3	3	3	2	2	4	3	1	3	4	4
86	Perempuan	3	1	1	2	2	2	4	3	4	4	1	1	3	2	1	2	4	2
87	Perempuan	3	3	2	3	2	1	4	4	3	3	1	1	3	1	1	1	4	2
88	Perempuan	2	1	2	2	2	2	3	3	4	4	2	2	4	2	2	2	3	3
89	Perempuan	2	1	1	3	1	3	3	3	4	4	1	1	3	3	1	3	3	1
90	Perempuan	2	1	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	1	3	4	3
91	Perempuan	3	1	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
92	Perempuan	4	1	1	4	1	1	3	4	4	4	2	2	2	2	1	1	3	1
93	Perempuan	4	2	3	3	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	4	3
94	Perempuan	4	2	2	1	4	3	4	4	4	4	2	2	1	4	1	3	4	4
95	Perempuan	2	3	2	2	2	3	4	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3
96	Perempuan	3	1	2	2	1	2	3	2	3	3	1	1	3	2	2	2	3	2
97	Perempuan	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2
98	Perempuan	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	1	1	2	3	2	3	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
99	Perempuan	3	1	1	2	2	3	4	2	4	4	1	1	4	2	1	3	4	3
100	Laki-laki	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4
101	Laki-laki	2	2	1	2	2	3	3	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3
102	Perempuan	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	3	3	1	2	3	1
103	Perempuan	4	1	2	3	2	1	4	2	4	4	1	1	3	3	3	1	4	2
104	Perempuan	4	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	1	1	3	4	2
105	Perempuan	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3
106	Perempuan	3	3	2	2	1	1	4	4	3	3	1	1	3	1	1	1	4	1
107	Perempuan	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	3
108	Perempuan	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2
109	Perempuan	2	1	1	3	1	2	4	4	4	4	1	1	4	3	1	2	4	2
110	Perempuan	3	2	1	2	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	2
111	Perempuan	3	1	1	1	1	2	3	4	4	4	1	1	4	1	1	2	3	3
112	Perempuan	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3
113	Laki-laki	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2
114	Perempuan	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3
115	Perempuan	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2
116	Perempuan	2	1	2	3	2	2	4	2	3	3	2	2	3	3	3	2	4	3
117	Perempuan	2	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3
118	Perempuan	3	2	2	2	2	1	4	3	3	3	3	3	3	2	2	1	4	3
119	Perempuan	4	2	2	2	3	3	4	2	3	3	1	1	3	3	2	3	4	2
120	Perempuan	3	3	2	4	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2
121	Laki-laki	3	2	3	3	2	2	4	4	4	4	2	2	4	3	2	2	4	4
122	Perempuan	3	1	1	1	1	2	4	3	3	3	1	1	3	2	2	2	4	2
123	Perempuan	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
124	Perempuan	2	1	2	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2	2	3	4	3
125	Perempuan	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	2
126	Laki-laki	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
127	Laki-laki	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2
128	Perempuan	2	2	2	2	2	2	4	3	4	4	2	2	4	3	2	2	4	3
129	Laki-laki	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
130	Perempuan	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2
131	Laki-laki	3	1	2	3	2	3	4	3	4	4	2	2	2	3	2	3	4	3
132	Perempuan	2	3	2	1	2	3	4	2	4	4	1	1	3	3	2	3	4	4
133	Laki-laki	2	2	3	2	3	3	2	3	4	4	2	2	3	3	3	3	2	2
134	Perempuan	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2
135	Perempuan	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3
136	Perempuan	4	1	2	2	2	4	3	2	3	3	2	2	3	3	1	4	3	3
137	Perempuan	3	2	2	3	2	3	3	2	4	4	3	3	4	3	2	3	3	2
138	Laki-laki	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	1	1	3	1	1	1	3	1
139	Perempuan	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3
140	Perempuan	2	2	2	1	2	2	4	4	4	4	1	1	4	1	1	2	4	3
141	Perempuan	3	1	3	2	1	2	3	3	3	3	1	1	4	1	1	2	3	3
142	Perempuan	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2
143	Perempuan	3	1	1	2	2	2	3	3	3	3	1	1	2	2	2	2	3	2
144	Perempuan	3	2	1	3	2	2	3	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	2
145	Perempuan	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	2	2	4	2	2	3	4	2
146	Perempuan	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
147	Perempuan	3	1	1	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2
148	Perempuan	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
149	Perempuan	3	1	1	2	2	3	3	3	3	3	1	1	2	3	2	3	3	2
150	Laki-laki	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
151	Perempuan	3	1	2	2	2	2	3	4	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3
152	Laki-laki	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
153	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3
154	Perempuan	2	2	2	2	2	2	4	2	3	3	1	1	3	3	1	2	4	2
155	Perempuan	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2
156	Laki-laki	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2	3	3	3
157	Laki-laki	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2
158	Perempuan	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	3	2	1	3	2	3
159	Perempuan	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3
160	Perempuan	3	1	1	2	1	3	4	3	4	4	2	2	3	2	2	3	4	2
161	Perempuan	3	1	2	3	2	1	3	3	3	3	2	2	3	2	2	1	3	2
162	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
163	Laki-laki	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2
164	Perempuan	3	1	2	2	2	3	4	3	3	3	2	2	4	3	2	3	4	4
165	Perempuan	2	1	2	1	1	3	4	4	2	2	1	1	2	3	1	3	4	2
166	Perempuan	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4
167	Laki-laki	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2
168	Perempuan	3	1	1	2	2	2	4	4	4	4	2	2	3	2	1	2	4	3
169	Perempuan	3	3	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	1	2	3	4
170	Perempuan	4	1	1	2	1	2	4	3	3	3	1	1	3	1	1	2	4	2
171	Laki-laki	2	1	1	2	2	2	4	3	3	3	2	2	4	3	2	2	4	3
172	Laki-laki	2	1	1	2	2	2	4	3	3	3	1	1	2	2	2	2	4	2
173	Laki-laki	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
174	Perempuan	3	1	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2
175	Perempuan	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2
176	Perempuan	4	1	2	2	1	2	3	2	3	3	1	1	2	2	2	2	3	3
177	Perempuan	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	1	1	4	3	2	2	4	3
178	Perempuan	2	1	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
179	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	4	2	2	2	3	2
180	Perempuan	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	4	2	2	3	4	2
181	Perempuan	3	1	1	4	1	1	4	4	3	3	1	1	3	2	1	1	4	1
182	Perempuan	4	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2
183	Perempuan	4	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2
184	Laki-laki	3	1	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	2	2	2	2	3	2
185	Laki-laki	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
186	Laki-laki	3	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2
187	Perempuan	3	1	1	1	1	1	4	3	3	3	3	3	3	2	2	1	4	3
188	Laki-laki	2	1	1	1	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	3
189	Perempuan	3	1	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	3	2
190	Laki-laki	2	1	1	1	2	2	3	2	3	3	1	1	3	2	3	2	3	2
191	Laki-laki	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2	2	3	2	1	1	3	2
192	Perempuan	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	2
193	Perempuan	3	1	1	1	1	1	4	4	4	4	1	1	4	3	1	1	4	4
194	Laki-laki	3	2	2	3	2	1	3	3	4	4	1	1	3	2	2	1	3	3
195	Perempuan	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3
196	Perempuan	3	1	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3
197	Perempuan	3	1	1	2	2	2	3	3	3	3	1	1	3	2	2	2	3	2
198	Perempuan	2	1	1	1	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
199	Laki-laki	3	1	1	3	3	2	4	4	4	4	2	2	4	3	2	2	4	2
200	Perempuan	3	2	1	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2
201	Perempuan	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
202	Perempuan	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
203	Laki-laki	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3
204	Perempuan	3	2	1	2	1	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2
205	Laki-laki	3	2	1	1	2	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	2
206	Perempuan	2	1	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3
207	Laki-laki	3	1	2	3	2	2	3	3	4	4	1	1	2	2	2	2	3	2
208	Perempuan	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2
209	Laki-laki	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	1	1	3	1	2	3	3	1
210	Perempuan	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
211	Perempuan	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2
212	Perempuan	3	1	1	3	1	3	3	3	3	3	1	1	2	2	2	3	3	3
213	Laki-laki	2	1	2	1	3	3	1	4	4	4	2	2	4	1	4	3	1	1
214	Perempuan	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3
215	Perempuan	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2
216	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2
217	Perempuan	3	1	1	2	2	2	4	3	3	3	1	1	4	2	2	2	4	2
218	Perempuan	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2
219	Laki-laki	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3
220	Perempuan	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
221	Perempuan	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2
222	Laki-laki	2	2	2	2	3	1	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	3	2
223	Perempuan	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
224	Laki-laki	2	1	1	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3
225	Perempuan	2	1	2	3	1	1	3	2	4	4	1	1	4	1	1	1	3	1
226	Perempuan	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2
227	Perempuan	3	1	2	2	2	2	4	2	3	3	2	2	3	3	2	2	4	1
228	Perempuan	2	1	1	3	2	2	3	2	4	4	1	1	3	2	2	2	3	3
229	Laki-laki	2	3	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	3	2	4	2
230	Laki-laki	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	2	2	4	3	2	2	3	3
231	Laki-laki	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2
232	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	4	2	2	3	3	4	2	3	2	3	3
233	Perempuan	2	2	1	1	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4
234	Laki-laki	3	1	1	1	1	2	3	3	3	3	2	2	4	2	1	2	3	2
235	Perempuan	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	1	1	3	3	2	2	4	3
236	Perempuan	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2
237	Perempuan	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2
238	Perempuan	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	2	2	3	3	2	3	4	2
239	Perempuan	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
240	Perempuan	2	1	2	3	2	3	4	2	2	2	2	2	4	3	2	3	4	4
241	Perempuan	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2
242	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	2	2	3	2	2	2	3	2
243	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
244	Perempuan	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	4	2	2	3	3	2
245	Perempuan	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	2	2	3	2	2	2	4	2
246	Perempuan	2	2	2	2	2	3	2	3	4	4	1	1	3	2	2	3	2	2
247	Perempuan	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	4	4
248	Perempuan	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
249	Perempuan	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3
250	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2
251	Perempuan	2	2	1	3	3	3	4	2	4	4	3	3	3	1	3	3	4	3
252	Perempuan	2	1	2	2	2	3	3	3	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3
253	Laki-laki	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2
254	Laki-laki	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3
255	Perempuan	3	1	1	3	2	3	4	3	4	4	2	2	3	1	1	3	4	3
256	Perempuan	4	1	1	1	2	3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	4	2
257	Perempuan	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	4	2
258	Perempuan	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	1	1	3	3	2	2	3	2
259	Perempuan	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3
260	Laki-laki	3	2	1	2	3	3	3	4	4	4	2	2	3	2	1	3	3	2
261	Perempuan	2	1	2	2	1	4	3	3	3	3	1	1	2	2	2	4	3	2
262	Laki-laki	2	2	2	2	3	3	4	2	3	3	2	2	2	2	2	3	4	2
263	Perempuan	3	1	3	3	4	3	2	4	4	4	2	2	3	3	4	3	2	1
264	Laki-laki	1	1	2	2	2	2	4	4	4	4	1	1	4	3	1	2	4	2
265	Laki-laki	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3
266	Perempuan	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2
267	Perempuan	3	1	1	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
268	Perempuan	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
269	Perempuan	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2
270	Laki-laki	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2
271	Perempuan	2	3	2	2	2	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	4
272	Perempuan	3	1	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1	3	2	1	2	3	2
273	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
274	Perempuan	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	1	2	3	2
275	Perempuan	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2
276	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2
277	Perempuan	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2
278	Laki-laki	1	1	1	4	1	1	3	4	3	3	1	1	4	1	1	1	3	2
279	Perempuan	3	2	1	2	2	3	3	3	4	4	1	1	3	2	2	3	3	2
280	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	2	2	3	3	2	2	3	2
281	Perempuan	3	2	1	3	1	3	4	3	2	2	2	2	4	2	1	3	4	2
282	Perempuan	3	2	2	3	2	2	4	4	4	4	2	2	2	1	2	2	4	3
283	Perempuan	2	1	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	1	2	3	3	2
284	Perempuan	3	1	2	2	2	2	3	4	4	4	2	2	3	2	2	2	3	3
285	Laki-laki	2	1	2	3	2	2	4	2	3	3	3	3	4	2	2	2	4	2
286	Perempuan	4	2	2	2	2	1	4	2	4	4	2	2	4	2	2	1	4	2
287	Laki-laki	3	1	2	3	2	3	4	3	3	3	2	2	4	1	2	3	4	2
288	Perempuan	2	3	2	2	1	2	4	2	4	4	2	2	4	2	1	2	4	2
289	Perempuan	3	1	1	1	1	3	4	1	2	2	1	1	2	1	3	3	4	3
290	Perempuan	4	2	2	2	2	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3	3
291	Perempuan	4	1	3	2	3	2	4	3	4	4	2	2	1	2	3	2	4	4
292	Laki-laki	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	1	1	2	3	3	1	3	2
293	Perempuan	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3
294	Laki-laki	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2
295	Perempuan	3	1	1	3	1	2	3	4	3	3	1	1	4	2	1	2	3	1
296	Laki-laki	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
297	Perempuan	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
298	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	2	3	3	2	3	3

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
299	Perempuan	3	1	1	3	1	2	3	3	3	3	1	1	4	2	1	2	3	2
300	Laki-laki	2	1	2	4	2	2	3	3	3	3	1	1	4	2	2	2	3	2
301	Perempuan	3	1	2	2	2	2	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	3	2
302	Laki-laki	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	1	2	3	2
303	Perempuan	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
304	Laki-laki	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2
305	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2
306	Laki-laki	2	2	2	2	3	2	4	4	4	4	2	2	3	2	2	2	4	3
307	Laki-laki	3	2	2	3	2	1	3	3	3	3	1	1	2	2	2	1	3	2
308	Laki-laki	3	1	2	2	1	2	4	4	4	4	1	1	2	2	2	2	4	2
309	Perempuan	4	1	2	2	1	2	4	3	3	3	2	2	3	2	2	2	4	2
310	Perempuan	3	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2
311	Perempuan	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2
312	Laki-laki	3	1	3	4	2	1	4	4	4	4	1	1	3	1	1	1	4	2
313	Perempuan	4	1	1	2	1	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3
314	Laki-laki	3	1	1	3	2	1	4	3	3	3	1	1	3	3	2	1	4	2
315	Perempuan	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
316	Laki-laki	3	3	2	2	3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	3
317	Laki-laki	2	2	2	3	2	2	3	3	4	4	2	2	3	2	3	2	3	2
318	Laki-laki	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	4	2	2	3	3	2
319	Laki-laki	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	3	2	2	2	3	3
320	Perempuan	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	2
321	Perempuan	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2
322	Perempuan	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2
323	Perempuan	2	1	2	1	2	2	3	3	3	3	1	1	3	2	2	2	3	2

No	Jenis Kelamin	ITEM																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
324	Perempuan	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	2
325	Laki-laki	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
326	Perempuan	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3
327	Laki-laki	2	1	2	2	3	2	3	3	4	4	1	1	3	3	2	2	3	2
328	Perempuan	2	1	2	3	1	2	3	3	3	3	1	1	2	1	1	2	3	3
329	Perempuan	2	1	3	2	2	2	4	3	3	3	1	1	3	2	2	2	4	2
330	Perempuan	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2
331	Perempuan	3	2	2	3	2	2	4	4	4	4	1	1	2	3	2	2	4	2
332	Perempuan	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3
333	Perempuan	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
334	Perempuan	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2
335	Perempuan	3	4	3	4	1	2	4	1	3	3	3	3	4	1	3	2	4	4
336	Perempuan	3	1	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	4	3	3	2	4	3
337	Laki-laki	3	1	3	3	2	2	4	3	4	4	2	2	4	2	1	2	4	2
338	Perempuan	3	2	2	2	2	3	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	4	4
339	Laki-laki	4	4	2	3	2	2	4	4	4	4	2	2	2	1	2	2	4	2
340	Perempuan	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2
341	Perempuan	3	1	2	1	1	3	3	3	3	3	1	1	3	3	2	3	3	2
342	Perempuan	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2

